ترجمه و چاپ در ایران، تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش
WILEY

کتاب‌های دامیز، کاربردی و سودمند

داستان نویسی

FOR DUMMIES®

یاد می‌گیرید که:

- مخاطب خاص خود را پیدا کنید
- شخصیت‌هایی قابل باور بیافرینید
- الگوی نوشتاری خلاق خود را برگزینید
- پی‌رنگی چند لایه خلق کنید



رَندی اینگرمنسن و پیتر اکونومی
برگردان: سارا کاظمی‌منش

داستان نویسی

FOR
DUMMIES®

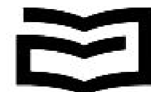
نوشته‌ی
رَندی اینگرمَنسن
پیتر اِکونومی

برگردان:
سارا کاظمی‌منش



آوند دانش

سرشناسه: اینگرمَنسن، رَندی Ingermanson, Randy
عنوان و نام پدیدآورنده: داستان‌نویسی For Dummies/نوشته‌ی رَندی اینگرمَنسن و پیتر اِکونومی؛
برگردان سارا کاظمی‌منش؛ ویراستار شیدا سرمدی
مشخصات نشر: تهران: آونددانش، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری: ۴۳۹ص.
شابک: ۹-۱۳-۷۰۲۲-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
یادداشت: عنوان اصلی Writing Fiction for Dummies, ۲۰۰۹
موضوع: داستان‌نویسی
موضوع: داستان—هسته اصلی، طرح و غیره
شناسه افزوده: اِکونومی، پیتر، نویسنده همکار
شناسه افزوده: کاظمی‌منش، سارا -۱۳۶۷، مترجم
شناسه افزوده: سرمدی، شیدا -۱۳۶۸ ، ویراستار
رده بندی کنگره: ۱۳۹۲ ۲د۹۴الف/PN۳۳۵۵
رده‌بندی دیویی: ۸۰۸/۳
شماره کتابشناسی ملی: ۳۲۳۳۷۳۰



آوند دانش

داستان نویسی

نوشته‌ی رَندی اینگرمَنسن و پیتر اِکونومی

برگردان: سارا کاظمی‌منش

ویراستار: شیدا سرمدی

طراحی گرافیک: استودیو حربی

تاریخ انتشار: پاییز ۱۳۹۲ – چاپ اول

شمارگان: ۱۵۰۰ جلد

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات اوقاف

نشانی ناشر: ابتدای خ پاسداران، خ گل نبی، خ ناطق نوری، بن‌بست طلایی، پلاک ۴

مرکز پخش: میدان انقلاب، خ جمالزاده، کوچه دعوتی، شماره ۱۲

صندوق پستی: ۱۹۵۸۵/۶۷۳

تلفن: ۲۲۸۹۳۹۸۸ نمابر: ۲۲۸۷۱۵۲۲ تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۹۱۹۰۹

شابک: ۹-۱۳-۷۰۲۲-۶۰۰-۹۷۸

دربارە‌ی نویسنده

رَندی اینگـِـرمَـــنسن نویسنده‌ی شش رمان اســت که تا کنون جوایزی را نیز از آن خود کرده اســت. او را به‌خاطر مقاله‌ای که درباره‌ی روش دانه‌برفی روی وب‌سایت خود گذاشته است، بیشتر با عنوان "مرد دانه‌برفی" می‌شناسند؛ این مقاله بیش از یک میلیون بازدید داشته است. پیش از قدم گذاشتن در وادی داستان‌نویسی، رَندی مدرک دکترای فیزیک نظری خود را از دانشــگاه کالیفرنیا در برکلــی دریافت کرد و تعدادی مقاله در زمینه‌ی فرضیه‌ی اَبَــررشته به چاپ رساند. او چند سال به‌عنوان فیزیکدان محاسباتی فعالیت کرد و در این مدت برای شرکت‌های فرافَن در سن‌دیه‌گوی کالیفرنیا به طراحی نرم‌افزارهای علمی پرداخت.

رَندی در همایش‌های ادبی سراسری بسیاری به تدریس داستان‌نویسی پرداخته است و یکی از اعضای هیئت مشاوران انجمن نویسندگان داستان‌های مذهبی در آمریکاست. او همچنین نشریه‌ی آن‌لاین *The Advanced Fiction Writing E-zine* را که بزرگ‌ترین نشـــریه‌ی اینترنتی در زمینه‌ی داستان‌نویسی است، منتشـــر کرده است. دو رمان اولِ رَندی برنده‌ی جایزه‌ی Christy شـــدند و رمان دوم او، اکســیژن (که آن را مشــترکاً با جان بی. اولســن به رشـــته‌ی تحریر در آورده بـــود) در کتابخانه‌ی عمومی نیویورک جایگاهی در فهرســت کتاب‌هایی برای نوجوانان به‌دســت آورد. ســری به وب‌سایت شـــخصی رَندی، www.ingermanson.com و وب‌ســایت داستان‌نویســی او، *www.AdvancedFictionWriting.com*، بزنید.

پیتر اِکونومی از اهـــالـــی لاهویا در کالـیفرنیاسـت. او نویسنده‌ی کتاب‌هایی پرفروش و خالق ۱۱ عنوان از کـــتاب‌های مجموعه‌ی دامیز است که دو تای آن‌ها به چاپ دوم و یـــکی از آن‌ها به چاپ ســـوم رسیـــده‌اند. پیتر دست‌اندرکار نوشتن کتاب‌های *Writing Children's Books For Dummies, Home-Based Business For Dummies, Consulting For Dummies, Why Aren't You Your Own Boss?* و چـــندین کتاب دیگر نیز بوده است. پیـــتر همچنین دستیار ســردبـیر نشریه‌ی *Leader to Leader*، ژورنال مؤسسه‌ی Leader to Leader، است که برنده‌ی جایزه‌ی Apex نیز شد. می‌توانید سری به وب‌سایت پیتر بزنید: www.petereconomy.com

فهرست مطالب در یک نگاه

فهرست مطالب

مقدمه

پس تصمیم به نوشـــتن یک رمان گرفته‌اید؟ چه عالی! رمان نوشتن یک هدف ارزشمند است. هدفی که شما را به چالش می‌کشد، ذهن‌تان را بسط می‌دهد و متحول‌تان می‌کند چاپ رمان توسط شما احترام دوســـتان و اعضای خانواده را برمی‌انگیزد و حتی ممکن است برایتان پول و شهرت نیز به ارمغان بیاورد.

اما احترام، پول و شـــهرت تنها دلایل نوشتن یک رمان نیستند. تنها دلیلی که شما باید برای نوشتن یک رمان ارائه دهید این است که شما می‌خواهید رمان بنویسید. اجازه ندهید کسی به‌خاطر نداشتن یک دلیل بهتر مسخره‌تان کند؛ چنین دلیلی وجود خارجی ندارد.

دلیل شما هرچه باشد، *داستان‌نویســـی For Dummies* می‌تواند کمک‌تان کند از یک نویســـنده‌ی مبتدی به یک نویســـنده‌ی تمام‌عیار تبدیل شوید. شـــما می‌توانید رمانی تأثیرگذار بنویســـید، آن را به چاپ برسانید و نویسنده‌ای باشید که همیشه رؤیایش را در سر می‌پروراندید.

درباره‌ی این کتاب

نویسنده‌ها دوست دارند خودشان را در زمره‌ی هنرمندان قرار دهند و این دیدگاه درستی است؛ داستان‌نویسی یک فـــرم هنری است، اما داشتن اســـتعداد هنری برای این کار کافی نیســـت. داستان‌نویسی همچنین یک فن است: مجموعه‌ای از مهارت‌های عملی که شـــما می‌توانید آن‌ها را فرا بگیرید. فن نویسندگی در این کتاب به شما آموزش داده می‌شود تا از طریق آن هنرتان به مرحله‌ی درخشش برسد. پس اگر شما یک نویسنده‌ی تازه‌کار هستید، این کتاب مخصوصاً برای شما نوشته شده است. این کتاب، فنی را که به آن نیاز دارید به شـــما یاد می‌دهد، نشان‌تان می‌دهد که چگونه باید کار خود را ویرایش کنید و شما را در جریان فرایند به چاپ رسیدن اثر قرار می‌دهد.

اگر شـــما پیشـــرفته‌تر از یک نویسنده‌ی تازه‌کار هســـتید که خیلی خوب است! در این صـــورت بعضی از بخش‌های این کتاب برایتان بدیهی به‌نظر می‌رســـد. اما امید ما این اســـت که شـــما را با چند دیدگاه تازه غافلگیر کنیم، پس به‌هوش باشید. ما دریافته‌ایم نویسنده‌هایی که اثرشان به چاپ رسیده است هم گاهی در برخی حوزه‌ها ضعیف هستند.

هدف ما این اســـت که در تمام ابعاد نویسندگی پایه‌های استواری را برای شما بنا کنیم.

تمرکز ما در این کتاب بر رمان‌نویســـی اســـت. اما اگر شـــما فیلمنامه‌نویس هستید یا می‌خواهید داســـتان کوتاه بنویســـید هم تقریباً می‌توانید از تمام مطالب این کتاب بهره ببرید. با این حال ســـعی ما بر این نیســـت که تمام نکات تخصصی لازم برای نوشتن فیلمنامه یا داستان کوتاه را به شما آموزش بدهیم. یک بار دیگر تأکید می‌کنیم که هدف ما این است که پایه و اساسی را که هر داستان‌نویسی برای آفرینش آثار ارزشمند به آن نیاز دارد به شما بدهیم.

همچنان که فن نویســـندگی را فرا می‌گیرید، به‌یاد داشته باشید که همه‌ی قواعدی که در این کتاب به شـــما آموزش داده می‌شود قابل شکســـتن هستند. اگر گاهی درباره‌ی قاعده‌ی خاصی به‌شـــدت متعصب به‌نظر می‌رسیم به این خاطر است که این نوع قواعد تقریباً همیشـــه صدق می‌کنند. اگر زمانی درباره‌ی قاعـــده‌ی به‌خصوصی چندان قاطع به‌نظر نمی‌آییم به این خاطر اســـت که آن قاعده معمولاً صادق اســـت اما ممکن است این‌طور هم نباشـــد. تنها قانون تغییرناپذیری که در داستان‌نویسی وجود دارد این است که هیچ قانونی غیرقابل شکســـتن نیست؛ شما باید به هر چیزی که راستِ کارتان است متوسل شوید.

قواعد رعایت شده در این کتاب

برای اینکه تمام مطالب یک‌دست و به‌راحتی قابل درک باشند، در طول متن این کتاب از قواعد زیر استفاده کرده‌ایم:

- ✓ تمام نشانی‌های اینترنتی در قالب مونوفونت ظاهر می‌شوند.
- ✓ اصطلاحـــات جدید با حروف مورب (italics) ظاهر می‌شـــوند و بلافاصله تعریف ساده‌ای از آن‌ها ارائه می‌شود.
- ✓ نوشـــتار برجسته (Bold) حاکی از واژگان کلیدی ذکر شده در فهرست‌هاست و یا به قسمت‌های کاربردی و عملی مراحل انجام یک کار اشاره دارد.

آنچه که لازم نیست بخوانید

ما این کتاب را طوری نوشـــته‌ایم که شـــما بتوانید در آن به‌راحتی اطلاعات مورد نیاز خود را پیدا و درک کنید. ارائه‌ی مطالب هم در این کتاب به‌شـــکلی ســـاده انجام شده است تا بتوانید بدون دردسر مطالب "قابل اغماض" را رد کنید. مطالبی که در کادرهای خاکســـتری آمده‌اند دانســـتنی‌ها هســـتند و در عین‌حالی‌که اطلاعات مفیدی دارند، اما الزامی در خواندن آن‌ها نیست.

تصورات خنده‌دار

هر نویســـنده‌ای هنگام نوشتن خواننده‌ی ایده‌آل خود را در ذهن مجسم می‌کند. این‌ها بعضی از پیش‌فرض‌های ما درباره‌ی شما هستند:

- ✓ می‌خواهید اثری را به چاپ برســـانید. شـــما آدم خلاقی هستید اما می‌خواهید از همـــان اول کارتان را مثل یک حرفه‌ای آغاز کنید. شـــما مایل به انجام کارهای بی‌زرق‌وبـــرق، مانند تحقیق درباره‌ی گروه مخاطبان مورد نظرتان هســـتید زیرا می‌دانید که داستان‌نویسی یک پیشه است، نه فقط یک هنر.
- ✓ می‌خواهید یک رمان بنویســـید. این کتاب بر نوشتن رمان تمرکز می‌کند و رمان در حالت عادی از چیزی حدود ۶۰۰۰۰ کلمه یا بیشتر تشکیل می‌شود. اگر ترجیح می‌دهید داســـتان کوتاه بنویســـید، اطلاعات فنی این کتاب همچنان به دردتان می‌خورد اما باید طرح داســـتان ســـاده‌تر و تعداد شـــخصیت‌های کمتری داشته باشید. اگر بخواهید فیلمنامه بنویسید، تمام اطلاعات این کتاب در زمینه‌ی دنیای داســـتانی، شخصیت‌ها، استخوان‌بندی و ســـاختار اثر، طرح داستان و تِم برایتان مفید خواهند بود اما به قالب‌بندی مورد نیاز در فیلمنامه نویسی پرداخته نمی‌شود و توصیه‌ای هم در زمینه‌ی اینکه چطور می‌توانید فیلمنامه‌تان را بفروشید موجود نیست (این نوع اطلاعات را می‌توانید در کتاب *Screenwriting For Dummies* نوشته‌ی Laura Schellhardt [انتشارات وایلی] پیدا کنید).
- ✓ شما به این موضوع واقف‌اید که داستان چتر بزرگی است که در زیر آن عقاید زیاد و گوناگونی راجع‌به اینکه چه چیزی خوب اســـت و چه چیزی بد، وجود دارد. در این کتاب ما رهنمون‌های مبسوطی که در اکثر انواع داستان مفید واقع می‌شوند به شـــما ارائه می‌دهیم. اما هیچ قانونی نیست که همیشه و همه جا برای همه‌ی نویسنده‌ها صادق باشد. ممکن است گاهی به‌شدت با ما مخالفت کنید، اما آن‌قدر زرنگ هســـتید که توصیه‌هایی را که برایتان مفید است به‌کار ببندید و بی‌خیال بقیه‌ی صحبت‌ها شـــوید. شما می‌دانید که بسیاری از دیگر نویسنده‌ها توصیه‌ای را که شما نفی می‌کنید مفید تلقی می‌کنند.
- ✓ شما می‌خواهید سر در بیاورید که چطور می‌شود به‌جای درست کردن دستور زبان و تلفظ واژگان، یک داســـتان خیلی خوب را نقل کرد. شما در حال حاضر دستور زبان را به‌خوبی بلدید و یا می‌دانید در این زمینه از کجا باید کمک بگیرید (شاید بخواهید از دوستان زبان‌دان خود کمک بخواهید، از یک کتاب مرجع دستور زبان بهره ببرید و یا یک نمونه‌خوان استخدام کنید). وقتی هم که قواعد دستوری را زیر پا می‌گذارید، مدعی اعتبار هنری هستید و این کار را با قصد قبلی انجام داده‌اید.

ترتیب مطالب این کتاب

این کتاب به پنج بخش تقسیم شده است. شما می‌توانید از هرجا که خواستید شروع به خواندن کنید. در این قسمت توضیح می‌دهیم که چه مطالبی در کتاب ذکر شده است و این مطالب در کجای کتاب قرار دارند.

بخش ۱: آماده شدن برای داستان‌نویسی

آدم با کمی برنامه‌ریزی تا کجاها که پیش نمی‌رود. ما به تفکر استراتژیک – هدف‌گذاری، تعریف داستان، انتخاب دسته‌بندی، توسعه‌ی یک سبک خلاق، پژوهش درباره‌ی رمان مورد نظر و دست یافتن به ابزارهای مناسب – ایمان راسخ داریم. اگر برای رمانی که می‌خواهید بنویسید به برنامه‌ریزی استراتژیک نیاز دارید، این بخش را بخوانید و ببینید آیا می‌توانید چند ایده را که قبلاً با آن‌ها برخورد نداشته‌اید پیدا کنید؟

بخش ۲: خلق رمانی باورپذیر

داستان‌نویسی یعنی آفرینش یک تجربه‌ی عاطفی قدرتمند برای مخاطب. برای این منظور شما باید در چند جنبه‌ی اصلی داستان (نویسی) – از جمله خلق یک دنیای داستانی عالی، ساخت شخصیت‌های باورپذیر، ایجاد یک طرح داستان ساختارمند و مستقر کردن درون‌مایه‌ای فراگیر در کل داستان – به درجه‌ی استادی برسید. این‌ها مهارت‌های اصلی شما هستند و این بخش راهنمای گام به گام توسعه‌ی این مهارت‌هاست. پس از اینکه مطالب این بخش را خوب فرا گرفتید ابزارهایی در اختیار دارید که برای نوشتن پیش‌نویس اولیه‌ی رمان خود به آن‌ها نیاز دارید.

بخش ۳: ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت‌ها

پس از اینکه پیش‌نویس اولیه‌ی داستان‌تان آماده شد باید آن را به‌شکل ماهرانه‌ای ویرایش کنید. ویرایش کار دشواری نیست اما شما برای اینکه بتوانید شخصیت‌ها و طرح داستان را به‌خوبی تحلیل کنید به یک برنامه‌ی ظریف و استراتژیک نیاز دارید. این بخش به شما یاد می‌دهد که از دست‌نوشته‌ی اولیه‌ی خود چه سؤالاتی باید بپرسید و پاسخ‌های خود به این سؤالات را به چه شکل باید به‌کار ببندید تا داستان‌تان شکل بهتری پیدا کند. ما در این بخش توصیه‌های کاربردی زیادی در زمینه‌ی ویرایش کامل متن اولیه برای شما خواهیم داشت.

بخش ۴: به چاپ رساندن

با داشتن یک نوشته‌ی فوق‌العاده شما آماده‌ی ایستادن در برابر مردم دنیا و میخکوب

کردن آن‌ها هســـتید. البته که باید نظر کارشناســـی فرد دیگـــری را هم در این زمینه بپرسید، اما بعد از این کار دیگر باید به دنبال مسئول نشر و سایر عوامل مربوطه باشید. از این جماعت واهمه نداشته باشید؛ آن‌ها خودشان به‌دنبال نویسنده‌هایی (مثل شما) که داستان‌های فوق‌العاده‌ای دارند می‌گردند. اگر شما چیزی را که می‌خواهند داشته باشید، آن‌ها فوراً به دوستان ابدی شما تبدیل می‌شوند.

این بخش به شـــما یاد می‌دهد چطور ناشرانی را پیدا کنید که بیشترین علاقه را به نوع نوشـــته‌ی شما نشان می‌دهند. در این بخش شما می‌فهمید چطور باید توپ را در زمین ناشرانی بیندازید که دقیقاً دنبال چیزی هستند که در دستان شماست.

بخش ۵: بخش ده‌تایی‌ها

این بخش حاوی منابع دم‌دســـتی برای دو مورد از موضوعاتی اســـت که همواره مورد توجه‌اند:

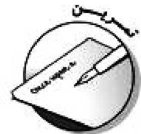
ده گام برای طرح‌ریزی داستان شما و ده دلیل رد شدن رمان‌ها توسط ناشران.

نمادهای به‌کار رفته در این کتاب

برای ســـاده‌تر شدن خواندن این کتاب و آسانی اســـتفاده از آن، ما در حاشیه‌ها از چند علامت استفاده کرده‌ایم که به کمک آن‌ها می‌توانید اطلاعات و اندیشه‌های کلیدی را پیدا و درک کنید.



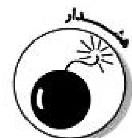
نکته‌ها و توصیه‌های موجزی که به خاطر سپردن‌شان ساده است و می‌توانید بلافاصله آن‌ها را به‌کار بندید.



این نماد نشـــان از یک تمرین نوشتن دارد که باید برای پیش رفتن در رمان‌تان آن را انجام دهید.



این نماد اشاره به توصیه‌هایی دارد که در طول سال‌های فعالیت خود بارها با آن مواجه خواهید شد.



نماد هشدار که به‌معنی کار خطرناکی است که باید از انجام آن پرهیز کنید.



ایـــن نماد در کنار مطالبی می‌آید که واقعاً برای کســـانی اتفاق افتاده‌اند و در تشـــریح مطالب ما مؤثرند.

مقصد بعدی

نکته‌ی فوق‌العاده‌ای که درباره‌ی این کتاب وجود دارد این اســت که خود شما تصمیم می‌گیرید خواندن را از کجا شروع کنید و چه مطلبی را بخوانید. این کتاب مرجعی است که شما به خواست خودتان می‌توانید به آن متوسل شوید یا کنارش بگذارید. فقط کافی است به فهرست مطالب نگاهی بیندازید تا اطلاعات مورد نظر خود را پیدا کنید.

اگر در داستان‌نویســی تازه‌کار هستید، ممکن است بخواهید خواندن این کتاب را از اول شــروع کنید و آن را تا پایان مطالعه کنید. اگر تجربه‌ی بیشتری دارید، آن‌گاه می‌توانید موضوعی را که برایتان جالب اســت پیدا کنید و یک‌راســت سروقت آن بروید. اگر به شــخصیت‌پردازی علاقه‌مندید ســری به فصل ۷ بزنید. اگر هم یک داستان نوشته‌اید و می‌خواهیــد طــرح آن را تحلیل کنید بــه فصل ۱۳ مراجعه کنیــد و بالاخره اگر به توصیه‌هایی در زمینه‌ی پیدا کردن ناشــر نیاز دارید، ســری بــه فصل ۱۷ بزنید. فرقی نمی‌کند دنبال چه می‌گردید؛ در این کتاب شــما با گنجینه‌ای از اطلاعات و توصیه‌های کاربردی سر و کار دارید. آماده؟ به‌جای خود، حرکت!

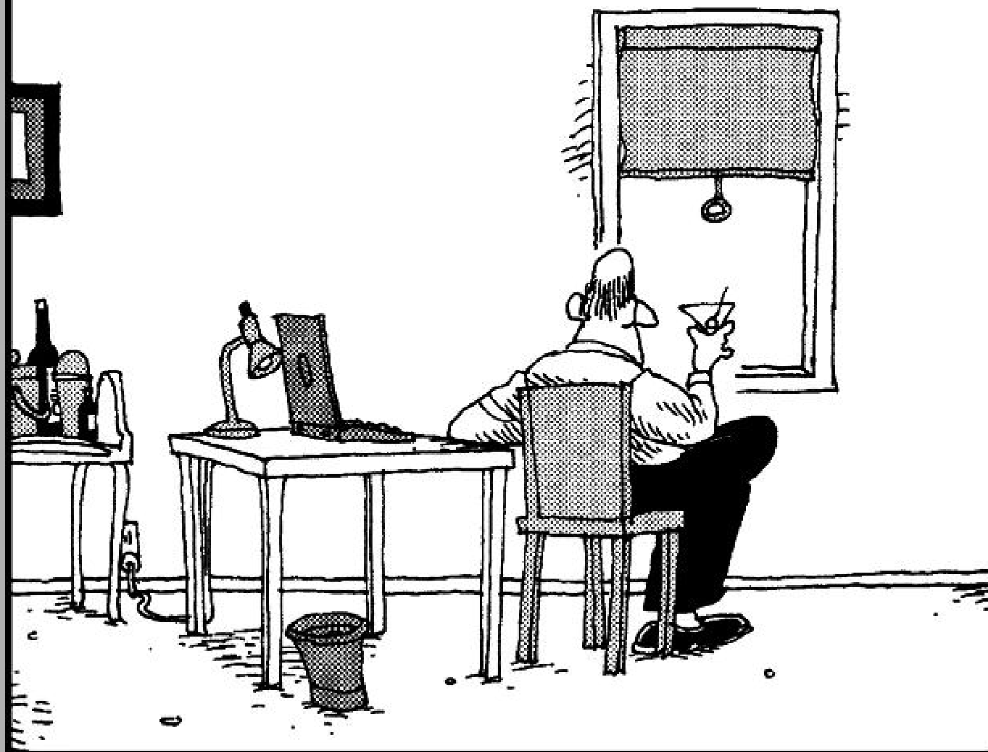
بخش ۱

آماده شدن برای داستان‌نویسی

موج پنجم — **ریچ تنانت**

برای والتر اجزای اصلی نوشتن یک داستان خوب همیشه عبارت بودند از پی‌رنگ، شخصیت، صحنه‌پردازی، و یک نوشابه خنک.

©RICHTENNANT



در این بخش می‌خوانید...

می‌دانیم که برای نوشـــتن هیجان‌زده هســـتید، اما پیش از آنکه کارتان را شـــروع کنید باید به‌صورت استراتژیک بیندیشد. ما در این بخش نگاه دقیقـــی داریم به چیزهایی که یک داســـتان را خـــاص جلوه می‌دهند و سبک/نوع داســـتانی‌ای که برای شما و مخاطب‌تان کاملاً مناسب است. پس از آن چهار روش معمول مورد اســـتفاده‌ی رمان‌نویســـان را بررسی می‌کنیم. در نهایت به بررســـی عمیق موضـــوع مهم‌تری می‌پردازیم که همان مدیریت زمان (و مدیریت خودتان) است.

فصل ۱

اصول داستان‌نویسی

در این فصل

- دورخیز برای به چاپ رساندن
- آمادگی ذهنی برای نوشتن
- نوشتن داستانی فوق‌العاده و ویراست آن

که گفتید قصد دارید رمان بنویسید؟ چه عالی! اما آیا این تمام کاری است که می‌خواهید انجام دهید؟ به هر حال، هر کسی می‌تواند یک‌سری کلمه تایپ کند و اسمش را بگذارد رمان. مهم این است که رمان جوری نوشته شود که بتوان چاپش کرد. این کتاب برای داستان‌نویسانی طراحی شده است که می‌خواهند یک رمان عالی بنویسند و آن را به چاپ برسانند و این هدف سخت و جان‌فرسایی است؛ اما اگر هوشمندانه عمل کنید، کاملاً شدنی است.

اگر می‌خواهید رمان بنویسید باید ذهن‌تان به‌طور کامل درگیر این کار شود. این یعنی باید طرح بازی‌ای را بریزید که در آن حتماً برنده خواهید شد، و بعد این طرح را عملی کنید. وقتی طرح‌تان آماده شد به مهارت‌های نوشتن (و دوباره‌نویسی) نیاز دارید، آن هم به مقدار زیاد. داستان‌نویسی یعنی ایجاد مجموعه‌ی به هم پیوسته‌ای از مهارت‌های فنی که هم استراتژیک هستند و هم تاکتیکی. هیچ‌کدام این مهارت‌ها سخت نیستند و اگر راهنمای خوبی داشته باشید فراگیری‌شان بسیار آسان‌تر خواهد بود.

بعد از نوشتن رمانی خوب، چه بخواهید یک نماینده استخدام کنید و چه خودتان معامله را انجام دهید، فروختن یک داستان قوی به این بستگی دارد که بهترین ارتباط‌ها را با مناسب‌ترین افراد و در بهترین زمان‌ها برقرار کنید.

هدف ما در این کتاب این است که شما را از مقام نویسنده‌ی تازه‌کار به مقام نویسنده‌ی حرفه‌ای برسانیم. ما کاملاً مطمئنیم که شما از پسش برمی‌آیید و چگونگی‌اش را هم در این فصل توضیح خواهیم. اگر شما استعداد و پشتکار لازم برای انجام کاری که باید به آن بپردازید را داشته باشید، هدفتان می‌تواند اتفاق بیفتد و اتفاق هم خواهد افتاد.

پنج افسانه‌ی محلی که می‌توانند برایتان شر درست کنند

به‌محض اینکه به اطلاع خانواده و دوستان‌تان برسد که دارید روی یک رمان کار می‌کنید آن‌ها شروع می‌کنند به قصه‌سرایی درباره‌ی نوشتن. این‌ها چیزهایی هستند که "همه می‌دانند" و در عین‌حال از بیخ و بن اشتباهند. اما این باورها – غلط یا درست – می‌توانند حرفه‌ی نویسندگی شما را پیش از آغاز به پایان برسانند. در ادامه تعدادی از این افسانه‌های محلی را که به گوش‌مان رسیده است همراه با جواب‌هایی که شما باید بدانید آورده‌ایم:

✓ **افسانه‌ی شماره ۱: تو برای رمان نوشتن به اندازه‌ی کافی باهوش نیستی.** برای رمان نوشتن باید چقدر هوش داشت؟ تو از کجا می‌دانی؟ اصلاً آی کیو چه ربطی به داستان‌نویسی دارد؟ حقیقت این است که مهم‌ترین چیزی که هر رمان‌نویسی به آن نیاز دارد این است که به ژرفای چشمه‌های احساسی خود شیرجه بزند و داستانی بیافریند که بتواند خواننده‌هایش را تکان دهد. ما رمان‌نویس‌های زیادی را می‌شناسیم که درجه‌ی هوشی آن‌ها گستره‌ی وسیعی را – از متوسط گرفته تا بسیار باهوش – شامل می‌شود. اما تک‌تک آن‌ها کسانی هستند که اگر برای مدتی طولانی با آن‌ها در یک جزیره‌ی دورافتاده گیر بیفتیم خوشحال خواهیم بود. رمان‌نویسان آدم‌های بسیار صادقی هستند که از بیان حقایق درونی خود طفره نمی‌روند. اگر از پس این کار برآیید، می‌توانید رمان هم بنویسید.

✓ **افسانه‌ی شماره ۲: تو برای رمان نوشتن به اندازه‌ی کافی استعداد نداری.** استعداد چیست؟ آیا همه بلدند استعداد را اندازه بگیرند؟ اگر استعداد به‌جای موروثی بودن اکتسابی باشد چه؟ حقیقت امر این است که رمان نوشتن به چند مهارت نیاز دارد. ما هرگز کسی را ندیده‌ایم که از بدو شروع به نوشتن تمام این مهارت‌ها را داشته باشد. هر رمان‌نویس کتاب چاپ کرده‌ای که ما می‌شناسیم ساعت‌های زیادی را صرف آموختن فن نوشتن کرده است. همه‌ی این آدم‌ها هم در یک چیز اشتراک داشتند: ثبات قدم. ما اصلاً نمی‌دانیم استعداد چه می‌تواند باشد، اما وقتی با ثبات قدم روبه‌رو شویم تشخیص‌اش می‌دهیم. اگر ثابت‌قدم باشید شانس چاپ آثارتان به اندازه‌ی هر کس دیگری بالا خواهد بود.

✓ **افسانه‌ی شماره ۳: تو که چیزی نداری که راجع‌به آن بنویسی.** مگر فقط یک جور رمان برای نوشتن وجود دارد؟ آیا همه‌ی رمان‌نویس‌ها باید حتماً اهل نیویورک باشند؟ همه‌شان باید شیک و باحال باشند؟ چرا؟ اگر به اندازه‌ای عمر کرده باشید که تایپ کردن را یاد گرفته‌اید، قطعاً چیزی دارید که از آن بنویسید. اگر تا به حال ترس، شوق، پس زده شدن، عشق، خشم، لذت، درد، اغنا، یا تنگدستی را تجربه کرده باشید حتماً خیلی چیزها برای نوشتن دارید. اگر از دوران کودکی تیره و تاری جان به در برده‌اید یا در دوره‌ی راهنمایی مدرسه‌ی مزخرفی داشتید یا از رابطه‌ی مسمومی بیرون آمده‌اید – اگر تا جهنم رفته و برگشته‌اید – آنگاه نوشتنی‌هایتان به اندازه‌ی تمام فعالیت حرفه‌ای‌تان جواب می‌دهد. اگر زندگی‌تان، از آغاز تا پایان، یک جریان شاد از خوشی مطلق بوده است، آن وقت باید کمی بیشتر زحمت بکشید. اما همچنان می‌توانید از این زندگی هم داستانی بسازید.

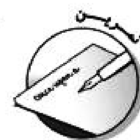
✓ **افسانه‌ی شـــماره ۴: تو باید برای چاپ کردن رمان آدم بشناســـی.** چه کســـی اســـتفان کینـــگ را قبل از نشـــر آثارش می‌شـــناخت؟ چه کســـی تام کلنســـی را می‌شناخت؟ چه کسی با جی. کی. رولینگ آشـــنا بود؟ اگر نوشـــته‌ی خوبی در جیب داشـــته باشـــید خیلی زود با آدم‌ها ارتباط می‌گیریـــد. تنها کاری کـــه باید بکنید این اســـت که آنچه نوشته‌اید را به دیگران ارائه کنید تا آدم‌های مربوطـــه پیدایتان کنند. بله، جداً همین‌طور است. نوشته‌های خوب همیشه روابط خوبی را به ارمغان می‌آورند.

✓ **افســـانه‌ی شـــماره ۵: وقتـــی معروف بشوی دوستانت را از یاد می‌بری.** کدام نویسنده‌ی معروفی بعد از به شهرت رسیدن دوســـتان واقعی‌اش را از یاد برد؟ اصلاً چرا آدم بایـــد چنین کاری بکنـــد؟ اگر معروف بشوید تعداد زیادی از آدم‌هایی که وانمود می‌کنند دوســـت شما هســـتند دوره‌تان می‌کنند تا از شهرت‌تان بهره ببرند. دیری نمی‌پاید که می‌فهمید دوستانی که شما را قبل از شـــهرت می‌شناختند تنها دوستانی هســـتند که مطمئنیـــد واقعاً شـــما را به خاطر خودتان دوست دارند. شما دوستان واقعی‌تان را فراموش نمی‌کنید. بلکه ارزش آن‌ها را بیش از پیش خواهید دانست.

تعیین هدف نهایی‌تان به‌عنوان یک نویسنده

اگـــر دارید رمان می‌نویســـید، در تعیین اهداف‌تان میانه‌روی نکنید. اول از همه، شـــما می‌خواهید یک رمان خیلی خوب بنویســـید، مگر نه؟ شـــما وارد این بازی نشده‌اید که چرندیات بنویســـید. شما استعداد دارید، و یک داســـتان، و می‌خواهید آن را به‌خوبی به رشته‌ی تحریر درآورید.

دوم آنکه شـــما می‌خواهید این داستان وامانده را به چاپ برسانید. سرتان را کج نکنید و نگویید: "همین که بنویســـمش کافی است". بنویسید تا چاپ کنید. فروتنی خوب است اما اگر کاذب باشد سبب می‌شود شما از آنچه که واقعاً می‌خواهید انجام دهید باز بمانید.



همین حالا این فعالیت را انجام دهید:

۱.یک تکه کاغذ بردارید و جملات زیر را روی آن بنویسید:

"مـــن می‌خواهم رمان بنویســـم و آن را چاپ کنم. من ایـــن کار را انجام می‌دهم چون نوشـــتن رمان کار ارزشمندی است و من استعدادش را دارم. من به این کار می‌پردازم چون می‌خواهم اثر ارزشـــمندی را با دنیا در میان بگذارم. اجازه نمی‌دهم هیچ چیز مانعم شود."

۲. تاریخ امروز را بالای صفحه و امضای خود را پایین آن درج کنید.

کاغذ حاوی این نوشـــته‌ها را جایی بچسبانید که هر روز جلوی چشم‌تان باشد و درباره‌ی آن به خانواده و دوستان‌تان اطلاع دهید.

از این لحظه به بعد شـــما یک نویســـنده‌ی نوپا هســـتید. از گفتن این موضوع خجالت نکشـــید. در آن روز زیبایی که رمان‌تان بالاخره به چاپ می‌رســـد، شـــما نویسنده‌ای حرفه‌ای خواهید بود.



بســـیار شایع است که یک نویســـنده‌ی تازه‌کار (در حالی‌که سرش را کج کرده) بگوید: "من نویسنده‌ای هستم که آثار چاپ نشده‌ای دارم." این واژه‌ی چاپ نشده را از فرهنگ لغات خود حذف کنید. شـــما نویسنده هســـتید. خودتان را نویسنده به‌حساب آورید، چه آثارتان چاپ شده باشند، چه نشده باشند.



مسیر رَندی تا چاپ آثارش

در ســـال ۱۹۸۸ رندی تصمیـــم گرفت رمانی بنویســـد و یـــک روز آن را به چاپ برســـاند؛ دلیلـــش هم مهم نیســـت، همین طـــوری. او نوشـــتن رمان را آغاز کرد و حدود یک ســـال بعد به اندازه‌ای نوشـــته بود که احســـاس کرد آمادگـــی‌اش را دارد که بـــه یک همایش ادبی برود. او با چند نویســـنده‌ی تازه‌کار دیگر آشنا شد، کمی آموزش دید و به گروهی از منتقدان پیوست. یک سال دیگر هم گذشت و در طول آن مهارت‌های رندی افزایـــش یافتند. از یک زمان خاص بـــه بعد، او به این نتیجه رســـید رمانی که دو ســـال بـــود روی آن کار می‌کرد ایـــرادات ویرانگری دارد. او نوشـــته‌اش را توی کشو گذاشـــت و هرگز دوباره سراغش نرفت، امـــا تصویری را که در ذهن داشـــت رها نکرد. هدف ایـــن نبود که آن رمان به چاپ برســـد؛ هدف این بود که یک رمان چاپ شـــود. رندی به نوشـــتن ادامه داد، زحمت کشـــید و بعد از یکی دو ســـال، رمان دیگری را به پایان رساند. سپس او جستجو برای یک نماینده را آغاز کرد و در کنار آن نوشـــتن کتاب بعدی‌اش را شروع کرد. حدود یک ســـال بعد او در یک همایش ادبی با نماینده‌ای آشـــنا شد و در عرض چند ماه قرارداد نمایندگی ادبی را با وی امضا کرد. این نماینده دست‌نوشته‌ی رندی را به تعدادی از ناشـــران احتمالی نشان داد. رندی همچنان می‌نوشت.

ناشرانِ فهرســـت نماینده، یکی پس از دیگری رمـــان او را رد کردند. نماینده‌ی رندی رمان را به ناشران دیگری ارائه کرد و آن را دوباره روی میز ناشـــرانی که پیش‌تر ردش کرده بودند، اما ظاهراً از آن خوش‌شان آمده بود، گذاشت. یکی از ناشـــران ســـه مرتبه کتاب را رد کرد. رندی همچنان به نوشتن ادامه می‌داد.

آخرین ناشـــر نکات خوبی در کتاب رندی دید. کمیته‌ی نشـــر چندین ماه را صرف بررســـی رمان رندی کـــرد، و بعد آن را رد کرد. اما این کمیته به ســـه مورد اشاره کرد که سبب شده بودند انتشـــارات از خرید آن رمان سر باز زند. نماینده‌ی رندی به او تلفن زد و خبر رد کتاب را در کنار سه دلیل این موضوع به وی اطلاع داد. آن روز، رندی نوشتن رمان تازه‌ای را آغاز کرد؛

رمانی که هیچ‌یک از آن مشکلات را نداشت. این بار او مطمئن بود که برگ برنده را در دست دارد. این رمان همانی بود که بنا بود چاپ شود. نماینده‌ی رندی این ایده را دوست داشت و او را تشویق کرد. رندی به نوشتن ادامه داد.

سه ماه بعد، نماینده‌ی رندی فوت شد. رندی بدجوری متأثر شده بود. هشت سال از زمانی‌که او نوشتن را آغاز کرده بود، می‌گذشت. او یک رمان کامل نوشته بود، تمام تلاشش را کرده بود که آن را بفروشد، از همه جواب منفی شنیده بود و قهرمان‌اش را هم از دست داده بود. او به نوشتن ادامه داد.

کمی بعد، رندی به یک همایش ادبی رفت و در آنجا برای ملاقات ویراستاری که قبلاً هرگز با او آشنا نشده بود وقت گرفت. او به‌صورت اتفاقی گنجی پیدا کرد و بهترین بهره را از آن برد. ویراستار از او نمونه کار خواست. رندی پنج صفحه از نوشته‌اش را روی میز گذاشت و ویراستار نگاهی گذرا به آن‌ها انداخت. او گفت: "قلم خوبی دارید"، و ادامه داد: "این کارت من است؛ طرحت را به همراه ۱۰۰ صفحه از داستان برایم بفرست".

یک سال و نیم بعد، رندی بدون کمک نماینده توانست رمانش را به انتشاراتی که آن ویراستار برایش کار می‌کرد بفروشد. رمان در بهار سال ۲۰۰۰، یعنی ۱۲ سال بعد از شروع کار نویسندگی توسط رندی، به چاپ رسید. بالاخره رندی نویسنده‌ای حرفه‌ای شده بود. رمان تخلف برنده‌ی جایزه‌ی کریستی شد و رندی چند رمان برنده‌ی دیگر نیز نوشت. رندی آن‌قدر معروف شد که از او به‌عنوان مدرس در همایش‌ها دعوت می‌کردند.

زمان را نه سال به جلو ببرید. رندی به چندین نویسنده درس داده و تعدادی از آن‌ها را تا مرحله‌ی حرفه‌ای شدن راهنمایی کرده است. شاهد پرفروش شدن آثار شاگردانش بوده است و حالا شاهد رسیدن بعضی از آن‌ها به فهرست نهایی نامزدهای جوایز بزرگ است. در این کتاب، او به شرح مطالبی می‌پردازد که در طول ۲۱ سال درباره‌ی فن و هنر نویسندگی فرا گرفته است.

برجسته‌سازی جایگاه خود به‌عنوان یک نویسنده

حالا که هدف‌تان را – نوشتن رمانی که برای چاپ مناسب باشد – تعیین کرده‌اید، می‌توانیم به‌صورت استراتژیک درباره‌ی مسیری در پیش‌رو داریم صحبت کنیم. البته کار آسانی نیست، اما زمانی‌که کارها را با ترتیب صحیح انجام دهید، مسیرتان مستقیم خواهد بود.

ما در زندگی نویسندگان، چهار مرحله را تا لحظه‌ی چاپ آثارشان شناسایی کرده‌ایم. این چهار مرحله شبیه به چهار سال دوره‌ی کارشناسی هستند و به همین دلیل ما آن‌ها را با عناوین سال اولی، سال دومی، سال سومی و سال آخری بررسی می‌کنیم.

لطفاً توجه کنید که این مراحل ممکن است در کمتر از یک سال طی شوند. ما نویسنده‌ای را دیده‌ایم که در زمانی کمتر از یک سال از سال دومی به سال آخری تبدیل شده بود. رَندی کاملاً اطمینان دارد که برای هشت سال در جایگاه سال سومی گیر کرده بود.

اگر او یک مربی خوب داشـــت، می‌توانســـت در مدت یک سال از آن وضعیت دردناک ســـال سومی دربیاید. به همین دلیل اســـت که او از راهنمایی کردن نویسنده‌های نوپا لذت می‌برد.

این قســـمت به چهار مرحله‌ی ذکر شـــده می‌پردازد و توضیح می‌دهد که شـــما چطور می‌توانید در هر مرحله پیش بروید.

سال اولی‌ها: تمرکز بر فن

نویســـنده‌های سال اولی تازه وارد گود شده‌اند. اشکالی هم ندارد. حتی دارندگان مدرک دکترا هم یک روزی در دانشـــگاه سال اولی بودند. هر نویسنده‌ی بنامی هم یک روزی نویســـنده‌ی سال اولی و تازه‌کاری بوده است. نویســـندگی مسیری است که باید آن را گام به گام پیمود. به‌طور معمول نویســـنده‌های سال اولی یک عمر داستان خوانده‌اند و بالاخره تصمیم گرفته‌اند که نوشتن یک رمان را آغاز کنند. آن‌ها چند فصل می‌نویسند و بعد این حقیقت تلخ را کشـــف می‌کنند که این بازی داستان‌نویسی از آنی که فکرش را می‌کردند دشوارتر است.

بعضی از ســـال اولی‌ها بی‌خیال می‌شـــوند، اما بعضی دیگر پافشاری می‌کنند و تصمیم می‌گیرند در زمینه‌ی فن داستان‌نویســـی آموزش ببینند. آن‌هـــا کتاب می‌خوانند، واحد می‌گذرانند، به گروه‌های منتقـــدان می‌پیوندند یا به همایش‌های ادبی می‌روند. از همه مهم‌تر اینکه آن‌ها به نوشتن ادامه می‌دهند.



هیچ‌کس با حرف زدن درباره‌ی نوشـــتن یا شنیدن درباره‌ی آن، نویسنده‌ی خوبی نشده است. شما فقط با نوشتن است که نویسنده‌ی خوبی می‌شوید. سپس کارتان را در معرض نقـــد می‌گذارید، ایرادات آن را پیـــدا می‌کنید و دوباره تلاش می‌کنید؛ و دوباره و دوباره.

در ابتدا نویســـنده‌های ســـال اولی هیچ تغییری احســـاس نمی‌کنند. به‌نظر می‌رسد که شـــرکای منتقد بیچاره‌شان، هرگز احساس رضایت نمی‌کنند و سر و کله‌ی ایرادات تازه پیش از حل و فصل قبلی‌ها پیدا می‌شـــود. اما ثبات قدم نتیجه می‌دهد. در نهایت بعد از ماه‌ها کار سخت، نویسنده‌های سال اولی یک روز از خواب برمی‌خیزند و با این حقیقت غافلگیرکننده روبه‌رو می‌شوند: آن‌ها پیشرفت کرده‌اند. خیلی هم پیشرفت کرده‌اند.



نویســـنده‌ی سال اولی با نوشتن، نقد شـــدن، مطالعه‌ی فن داستان‌نویسی و با نوشتن بیشتر پیشرفت می‌کند.

سال دومی‌ها: گلاویز شدن با طرح

نویسنده‌های سال دومی خیلی وقت است که به نوشتن مشغولند و دیگر تازه‌کار حساب نمی‌شوند. سایر نویسنده‌هایی که در گروه منتقدان آن‌ها حضور دارند به آن‌ها می‌گویند: "کارت خیلی خوب است. خیلی پیشرفت کرده‌ای."

بیشتر نویسنده‌های سال دومی حداقل یک کلاس درباره‌ی نویسندگی گذرانده و چندین کتاب درباره‌ی آن خوانده‌اند. نویسنده‌ی سال دومی تقریباً همیشه به کنفرانس‌های نویسندگی (حداقل یکی) رفته است. او دیگر دارد اعتمادبه‌نفس خود را به‌دست می‌آورد. برای چنین نویسنده‌ای بازی نویسندگی دیگر مأیوس کننده به‌نظر نمی‌رسد و فنِ نوشتن برای او دیگر یک معما نیست.

اما همچنان یک مسئله به‌صورت معما باقی می‌ماند: یک نویسنده‌ی سال دومی تا حالا باید شنیده باشد که چاپ اثر چقدر کار سختی است. چیزی به نام طرح کتاب وجود دارد که باید نوشته شود، اما آدم از کجا بداند که طرح کتاب باید چه شکلی باشد؟ تازه طرح کتاب به خلاصه‌ی داستان هم نیاز دارد؛ این همان چیزی است که در قالب واژگان، بسیار دهشت‌انگیز می‌نماید. اصلاً خلاصه‌ی داستان چه ربطی به طرح پیشنهادی دارد؟ در حالت معمول نویسنده‌ی سال دومی احساسی بین ترس و اعتمادبه‌نفس دارد: اعتمادبه‌نفسی رو به رشد در حرفه‌اش و ترسی فزاینده از بازاریابی. (اگر نسبت به مفاهیم طرح پیشنهادی، خلاصه‌ی داستان و طرح داستان کنجکاو هستید به فصل ۱۶ مراجعه کنید.)

در اینجا پذیرفتن شکست آسان است، اما این کار بزدل‌هاست. استراتژی منجر به پیروزی این است که به نوشتن ادامه دهیم – و در فن پیشرفت کنیم – اما در عین‌حال شروع به درک این موضوع کنیم که چگونه می‌توانیم برای کار خود بازار کارآمدی پیدا کنیم. نوشتن مطالب مربوط به بازاریابی مانند طرح پیشنهادی، خلاصه‌ی داستان و طرح داستان مهارتی است که هیچ رمان‌نویسی نمی‌تواند از آن غافل شود.



اگر شما سال دومی هستید دیگر وقت آن رسیده که با در دست داشتن یک طرح پیشنهادی (و یک یا دو فصل کامل از داستان‌تان) به یک همایش ادبی بروید و آن را به کسی، مثل یک نویسنده‌ی دیگر، یک نماینده‌ی ادبی یا یک دبیر انتخاب کتاب نشان دهید. طرح پیشنهادی احتمالاً به‌کار زیادی نیاز دارد. با چنین رویکردی به پیش بروید و بخواهید که طرح‌تان را نقد کنند. مشخصاً توضیح دهید که در حال حاضر قصد علنی کردن پروژه‌تان را ندارید و فقط می‌خواهید فوت و فن کار را یاد بگیرید. تا آن‌جا که تحمل دارید نقد بشنوید. (اگر درباره‌ی تفاوت مفهوم نماینده‌ی ادبی، دبیر انتخاب کتاب و ناشر تردید دارید به فصل ۱۷ مراجعه کنید.)

دیگر نمی‌توانم صبر کنم! تمرین طرح داستان

آیا یک رمان برای اینکه به ناشر فروخته شود نیاز به یک طرح داستان خوب و طولانی دارد یا اینکه یک خلاصه‌ی داستان کوتاه کفایت می‌کند؟ اکثر نویسندگانی که رندی می‌شناسد همیشه طرح‌های پیشنهادی کاملی آماده و تقدیم ناشر می‌کنند. آن‌ها این کار را حتی برای ناشرانی که مدت‌هاست با آن‌ها کار می‌کنند انجام می‌دهند. نماینده‌ها یا کارگزارانی که رندی می‌شناسد همگی بر گرفتن یک طرح داستان، پیش از موافقت با نمایندگی یک نویسنده تأکید دارند و اکثرشان هم در تقدیم رمان‌های احتمالی به ناشران از طرح داستان استفاده می‌کنند. یک ویراستار می‌گفت که از طرح داستان خوش‌اش می‌آید زیرا این طرح کمکش می‌کند برای بردن پروژه نزد کمیته‌اش آمادگی پیدا کند.
رندی تأکید می‌کند که فراگیری نوشتن طرح داستان برای هر نویسنده‌ای تمرینی ارزشمند است. بسیاری از نویسندگان داستان‌های بازاری، به این طرح‌ها نیاز دارند و این فعالیت روزبه‌روز با سخت‌تر شدن عرصه‌های اقتصادی برای ناشران، مهم‌تر می‌شود؛ ناشر می‌بایست بداند که پروژه شانس خوبی برای فروش دارد.
لطفاً توجه کنید که طرح برای داستان، با ارائه‌ی طرح برای سایر انواع نوشتار تفاوت فراوانی دارد. طرح پیشنهادی اغلب بخشی از این فرایند است (که در مورد آن به‌طور کامل در فصل ۱۶ توضیح داده می‌شود). با این حال طرح داستان برای بسیاری از رمان‌نویس‌های خبره بسیار مهم است و حذف کامل آن، کار عاقلانه‌ای نیست. اگر با یک نماینده‌ی ادبی ملاقات کردید و او با خواندن طرح پیشنهادی از کارتان خوش‌اش آمد مطمئن باشید که او تقاضای بیشتری خواهد داشت: یا دست‌نوشته‌ی شما یا یک طرح داستان با چند نمونه فصل. در چنین زمانی دیگر برای درک اینکه نیاز به یادگیری نحوه‌ی نوشتن طرح داستان دارید خیلی دیر شده است. حتی نماینده‌های ادبی‌ای هم که از شما طرح داستان نمی‌خواهند سؤالاتی خواهند پرسید که به طرح داستان شباهت دارند.

به خانه بروید و دوباره روی طرح داستان‌تان کار کنید. این کار را دوباره و دوباره تکرار کنید. دیر یا زود به‌طرز سحرآمیزی خواهید فهمید که یک طرح داستان فوق‌العاده دارید که برازنده‌ی نوشته‌ی بی‌نظیرتان است. از اینجا به بعد شما یک نویسنده‌ی سال سومی هستید.



نویسنده‌ی سال دومی با نوشتن، مطالعه‌ی نحوه‌ی نوشتن طرح داستان، نوشتن اولین طرح واقعی و سپس با آزمودن این طرح در همایش‌های ادبی، در کارش پیشرفت می‌کند.

سال سومی‌ها: به کمال رساندن مهارت

نویسنده‌های سال سومی نویسندگانی فوق‌العاده‌ای هستند. آن‌ها در تمام مهارت‌هایی که برای به چاپ رساندن آثارشان نیاز دارند به مرتبه‌ی استادی رسیده‌اند. منتقدان هم‌گروهی‌شان به آن‌ها می‌گویند: "تو چرا کارت هنوز چاپ نشده است؟"

نویســـنده‌ی سال ســـومی معمولاً یک طرح داســـتان یا نمونه فصل را به همایش‌های ادبی برده، آن را به یک ویراستار یا نماینده نشان داده و این عبارت سحرآمیز را شنیده اســـت: "کارت را برایم بفرست". نویسنده‌ی سال سومی همچنین چند ماه بعد این خبر را دریافت کرده است که "کار شما راست دست من نیست".

سال سوم نویسندگی می‌تواند اعصاب خردکن، تحقیرآمیز و مأیوس کننده و در عین‌حال شـــعف‌انگیز باشد. این مرحله دارای فراز و نشیب‌های بسیاری است که شما با پافشاری بر مواضع خود می‌توانید از آن‌ها عبور کنید.

اگر شما یک نویسنده‌ی سال سومی هستید به نوشتن، نوشتن و نوشتن – یعنی به کمال رساندن فن خود – نیاز دارید. شما همچنین باید طرح داستان خود را ویرایش کنید و آن را – ترجیحاً در همایش‌های ادبی – به رخ دیگران بکشید.

کاملاً احتمال دارد که شـــما در اواخر این مرحله از نویسندگی یک نماینده پیدا کنید یا از یک ویراســـتار بشنوید که کتاب‌تان توســـط کمیته‌ی نشر بررسی می‌شود، یا ممکن اســـت نویسنده‌ای که قبلاً آثارش منتشر شـــده اثرتان را بخواند و به شما بگوید که به هدف‌تان نزدیک هســـتید. اگر هریک از این اتفاقات بیفتد خیال‌تان جمع باشد که سال آخری شده‌اید.



نویســـنده‌ی سال سومی با اشتیاق خود برای تکامل فنی، با ویرایش طرح داستان خود، و با عرضه‌ی پروژه‌هایش به کارگزاران و ویراستاران فعال، پیشرفت می‌کند.

سال آخری‌ها: آمادگی برای حرفه‌ای شدن

سال آخری‌ها آن دسته از برگزیدگانی هستند که قرار است آثارشان چاپ شود. این امر بر همگان آشـــکار است: رفقای منتقدشان، خانواده‌شان، دوستان و نماینده‌شان. اما این به این معنا نیست که خود فرد هم چنین احساسی داشته باشد.

دوران ســـال چهارمی شما می‌تواند بســـیار مصیبت‌بار باشد. شما به اندازه‌ی تار مویی با انتشـــار اثرتان فاصله دارید. در عمق وجودتان می‌دانید که از خیلی از نویسنده‌هایی که آثارشـــان منتشر شده بهتر می‌نویســـید. در دنیایی منصف شما باید قادر به چاپ اثرتان باشید. پس چرا این اتفاق نمی‌افتد؟

پاسخ این سوال این است که شما هنوز ناشر مناسب را برای پروژه‌ی مناسب و در زمان مناســـب پیدا نکرده‌اید. ایجاد چنین ارتباطی زمان می‌برد؛ زمانی‌که شـــما به‌عنوان یک ســـال آخری سپری می‌کنید. هر نویسنده‌ی سال آخری‌ای هر لحظه ممکن است اثری به چاپ برساند.

برنامه‌ی کاربردی شما به‌عنوان یک سال آخری فقط ادامه‌ی فرایند است. در این لحظه

شـــما باید توانسته باشید یک دست‌نوشـــته‌ی کامل و ویرایش شده به همراه یک طرح داستان قوی آماده کنید. کارتان را نزد ویراستاران ببرید (یا اجازه دهید نماینده‌تان چنین کند). به عرضه کردن کارتان ادامه دهید و به شکســـت‌ها اعتنا نکنید. فقط یک جواب مثبت برای انتشار اثر کافی است. دنبال این جواب مثبت بگردید.

همچنان به نوشـــتن ادامه دهید. شـــما ممکن است یک روز از خواب بیدار شوید و یک ایده‌ی بکر برای یک رمان داشته باشید. در لحظه خواهید فهمید که این همانی است که باید باشد و این رمان بلیت برنده‌ی شماست. اگر چنین شود دنبال غریزه‌تان بروید. این رمان را با نهایت علاقه بنویسید. در این زمان دیگر تمام مهارت‌های لازم برای نوشتن یک رمان عالی را دارید و خواهید دانست که این کار را بسیار راحت‌تر انجام می‌دهید تا اصلاح آن نوشته‌ی نخ‌نمایی که در سال اول گریبان‌تان را گرفته بود.

یک روز – معمولاً روز مزخرفی که لاســـتیک ماشین پنچر شده یا نشتی کف و صابون ماشین لباس‌شـــویی زمین را به گند کشیده یا پسر ۳ ســـاله‌تان تصمیم گرفته گربه را اتو بزند – تلفن زنگ می‌زند و نماینده‌تان خبر می‌دهد که یک ناشـــر برای رمان شـــما پیشنهادی دارد. آن روز شما تمام آن سال‌های سرشار از اشتیاق، شکست و رنج را از یاد خواهید برد. آن روز، روزی است که شما یک نویسنده‌ی حرفه‌ای شده‌اید.



نویسنده‌ی سال چهارمی با نادیده گرفتن شکست‌ها و ادامه‌ی ارائه‌ی پروژه‌ی ویرایش شده تا لحظه‌ی خرید آن توسط یک ناشر، در کارش پیشرفت می‌کند.

سازمان‌دهی کردن خود

اکثر نویســـندگان از سازمان‌یافتگی بیزارند. ما هم همین‌طور. احتمالاً ما دو برابر شما از این کار بیزاریم، چون ما دو نفریم اما به هر حال فهمیده‌ایم که وقتی اول کمی خودمان را ســـر و سامان می‌دهیم میزان پویایی‌مان بیشتر اســـت. کار مفرحی نیست، اما باعث می‌شود کارهای مفرح ساده‌تر شوند.

سازمان‌دهی سبب می‌شود دقیقاً بدانیم که کارهای مفرح کدامند. بنابراین در این کتاب ما کارمان را (در فصل ۲) با نگاهی از بالا به اینکه داستان چرا جذاب است و چرا خواننده می‌خواهد داستان شـــما را بخواند شروع می‌کنیم. چه چیزی باعث می‌شود که خواننده کتاب شـــما را ســـاعت ۳ صبح همچنان ورق بزند، در حالی‌که ساعت را برای ساعت ۶ کوک کرده است؟ ما راز این امر را برایتان فاش می‌کنیم و به شما می‌گوییم برای اینکه خواننده را تا صبح بیدار نگه‌دارید باید چه کار کنید.

در فصل ۳ ما به بررســـی جایگاه و ژانر شـــما می‌پردازیم. شما نمی‌توانید برای همه‌ی خوانندگان دنیا جالب باشـــید اما خبر خوب این اســـت که هیچ نویسنده‌ی دیگری هم

نمی‌تواند. بعضی از خواننده‌هایی که روی این کره‌ی خاکی راه می‌روند شـــما را بهترین نویســـنده‌ای که تا به حال اثری از او خوانده‌اند می‌دانند. شـــما باید کشف کنید که آن خواننده‌ها کدامند و چطور می‌توانید نیازهایشـــان را برآورده کنید. وقتی این موضوع را بدانید دیگر آماده‌ی نوشتن بهترین کتاب برایشان هستید.



شما منحصر به فردید. این یعنی شما برای روی کاغذ آوردن اولین چرک‌نویس کارتان، روش‌هایی را به‌کار می‌برید که با روش‌های دوستان‌تان فرق دارد. برخی از نویسندگان (مثلاً همین پیتر) عاشق رئوس مطلب هستند. اکثر نویسنده‌ها از این مورد نفرت دارند. کار ما این نیســـت که به شما بگوییم بهترین فرایند نوشتن رمان‌تان کدام است. کار ما این اســـت که راه‌های متعددی برای رســـیدن به کمال را نشان‌تان بدهیم (در فصل ۴ چنین خواهیم کرد) و اجازه دهیم آن راهی را که برای شما بهترین است انتخاب کنید؛ یا حتی بهتر از آن، راه منحصر به فردی پیدا کنیم که برای شما کاملاً مناسب است.

شـــما فقط چند منبع دارید که به کمک آن‌ها می‌توانید رمان بنویســـید: زمان، انرژی و پول. اگر این ســـه منبع را به‌خوبی اداره کنید رمان نوشتن لذت‌بخش خواهد بود. اگر در اداره‌ی آن‌ها شکســـت بخورید رمان نوشتن عین بدبختی است. در فصل ۵ ما چند ایده را که در این کار مؤثرند با شما درمیان خواهیم گذاشت.

استاد شدن در شـــخصیت پردازی، طراحی ماجرای داستان و دیگر مهارت‌ها

نوســـندگان نوظهور ایده‌های فوق‌العاده‌ای دارند. نویسندگان بزرگ ایده‌های عالی و فن فوق‌العاده‌ای دارند. اولین کاری که باید انجام دهید این است که فنی را که برای تبدیل ایده‌هایتان به داستان نیاز دارید، به‌خوبی درک کنید. در ادامه آنچه را که شما نیاز دارید آورده‌ایم:

- **دنیای داستانی:** رمان شـــما در خلأ اتفاق نمی‌افتد. داستان باید یک محل وقوع داشـــته باشـــد. این فلان جا را معمولاً صحنه یا محیط می‌نامند اما ما اصطلاح دنیای داســـتانی را ترجیـــح می‌دهیم زیرا این عبارت، به دنیایی اشـــاره دارد که داستان در آن اتفاق می‌افتد.

  در فصل ۶ نشـــان‌تان می‌دهیم که در ساخت دنیای داستانی خوب چه چیزهایی مؤثرند. این کار از آنچه به‌نظر می‌رســـد سخت‌تر است اما ما فهرستی از مفاهیم کلیـــدی را در اختیارتان می‌گذاریم تا ببینید رایج‌ترین پس‌زمینه‌هایی که ســـبب می‌شوند دنیای داستانی، فریاد زنان ماجرایی معنی‌بخش را طلب کند کدامند.

- **شخصیت‌ها:** شخصیت‌های شما گذشته، حال و آینده دارند و شما باید به همه‌ی

این‌ها آگاه باشـــید. در فصل ۷ ایده‌هایی را نشان‌تان می‌دهیم که در ساخت یک پیشینه‌ی قابل‌قبول برای هر شـــخصیت لازمند. همچنین توضیح می‌دهیم چرا پیشـــینه برای دانستن آینده‌های احتمالی شـــخصیت‌هایتان لازم است. در پایان برایتان توضیح خواهیم داد که گذشـــته و آینده در زمان حال – همین الان – با هم برخورد می‌کنند و داســـتانی باورپذیر می‌سازند که پویاست (و خواننده را هم تکان می‌دهد).

- ✓ **پی‌رنگ:** رمان نوی امروزی معمولاً پی‌رنگی دارد که شامل ساختاری شش لایه است و گستره‌ای از منظره‌ای قابل مشاهده از ارتفاع ۱۰۰/۰۰۰ پایی تا تصویری نزدیک و شـــخصی را در برمی‌گیرد. به‌عنوان یک رمان‌نویس شما باید در تدوین هر یک از این شـــش لایه به درجه‌ی اســـتادی برســـید و آن‌ها را در قالب یک داســـتان منسجم بریزید. در فصل‌های ۸ تا ۱۰ کار با هر لایه را به شما آموزش می‌دهیم.
- ✓ **درون‌مایه:** هر رمان دارای یک اندیشـــه‌ی هسته‌ای است: یک درون‌مایه. تهدید دو ســـویه‌ی درون‌مایه در بیش از حد زیاد یا بیش از حد کم بودن آن اســـت. به فصل ۱۱ مراجعه کنید تا ببینید با گوش دادن به شخصیت‌هایتان چطور می‌توانید درون‌مایه‌تان را پیدا کنید. همچنین به شـــما خواهیم گفت چطور باید رایج‌ترین مشکلات را رفع کنید.

ویرایش داستان‌تان



نوشـــتار باکیفیت هرگز در چرک‌نویس اولیه ظاهر نمی‌شـــود. چنین نوشـــتاری زمانی به‌دســـت می‌آید که کارتان را ویرایش کنید؛ ویرایش کردن یعنی نگه‌داشتن مطالبی که درست به‌نظر می‌رسند، و دور ریختن آن‌هایی که به درد نمی‌خورند و برق انداختن کل اثر تا زمانی‌که حسابی بدرخشد.

شما نمی‌توانید برای اصلاح رمان‌تان به ویراستار متکی باشید. ویراستاران امروزی حجم کاری بسیار زیادی دارند و پول کمی هم دریافت می‌کنند. وقتی شاهکارتان را به دست آن‌ها می‌سپارید باید از قبل آن را به حد خوبی از درخشندگی رسانده باشید.

ویرایش داستان کار سختی است اما اندیشه‌ی سختی در پس آن نیست. این کار شامل دو گام اصلی می‌شود:

- ✓ اصلاح شخصیت‌ها تا جایی که کاملاً زنده شوند
- ✓ اصلاح خط روند داستانی در تمام شش لایه‌ی پی‌رنگ

در بخش ۳ این کتاب به شما خواهیم گفت که چه کاری لازم است بکنید و چطور باید انجام‌اش دهید. در فصل ۱۲، خواهید فهمید که پرونده‌ی شـــخصیت، پیشینه، ارزش‌ها و انگیزه‌هـــای او، اهداف داســـتان و مهم‌تر از همه ظرافت‌هـــای زاویه‌ی دید (POV) کدامند. در فصل ۱۳ نیز نشـــان‌تان می‌دهیم چطور در داســـتان خود جذابیتی بیافرینید که در حلقه‌های زنجیره‌ی هفت‌حلقه‌ای فروش به بهترین ابزاری تبدیل شـــود که بین شـــما و توده‌های خوانندگان‌تان قرار می‌گیرد. ما ســـاختار سه پرده‌ای ارسطو را برایتان شـــرح می‌دهیم اما در کنار آن ساختار سه فاجعه‌ای را که ارسطو به خواب هم نمی‌دید توضیح می‌دهیم.

صحنه‌های شـــما برای به جریان انداختن داســـتان‌تان لازم هستند. به همین علت در فصـــل ۱۴ خواهید آموخت که چگونه باید صحنه‌ها را تریاژ کنید (صحنه چه زمانی باید حذف، به حال خود رها، یا در صورت نیاز اصلاح شود). در فصل ۱۵ به شما یاد می‌دهیم که چطور باید داستان را پاراگراف به پاراگراف تحلیل کنید تا خواننده را درست زیر جلد شخصیت‌ها ببرید.

فصل ۲

چه چیزی
یک داستان فوق‌العاده می‌سازد

در این فصل

- برآورده کردن نیازهای خود و خواننده‌تان
- نوشتن درباره‌ی تغییر
- درک پنج ستون داستان
- استفاده از هفت ابزار هسته‌ای داستان‌نویسی

خوانندگان با انتخاب رمان‌تان چیزی را به شـدت از شما طلب می‌کنند: یک تجربه‌ی حسـی قوی. خواننده می‌خواهد چیزی را حس کند، آن هم به‌شکلی بی‌نقص و عمیق. اگر نتوانید این حرکت احساسـی را بیافرینید شکسـت خورده‌ایـد و هر چقدر هم که داستان‌تان هوشمندانه یا شخصیت‌هایتان جذاب باشند، فرقی نمی‌کند.

اما با فرض اینکه شما چیزی را که خواننده می‌خواهد به وی بدهید، باز هم این آزادی را دارید که چیزی بیشتر در اختیار او بگذارید (و حتی بیشتر از آن). اینکه چه چیز دیگری را (اگر دلتان خواست) به خواننده تقدیم کنید تصمیم شماست.

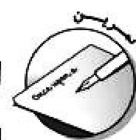
هنر داستان‌نویسـی پیرامون پنج کار اصلی شـکل می‌گیرد که ما دوست داریم آن‌ها را پنج سـتون داسـتان بخوانیم. شـما باید یک صحنه‌ی باورپذیر خلق کنید، آن را با شخصیت‌های جالب پر کنید، پی‌رنگی قوی بیافرینید، درون‌مایه‌ی بامعنایی بسط دهید و تمام این کارها را اسـتادانه انجام دهید. اکثر نویسنده‌ها فقط یک یا دو مورد از این‌ها را ماهرانه بلدند اما شـما باید در تمام آن‌ها به‌شـکلی منطقی توانا شوید تا شانس این را پیدا کنید که رمان خود را به چاپ برسـانید. همچنین شـما هفت ابزار تاکتیکی هم دارید که می‌توانید از آن‌ها در نوشـتار خود بهره ببرید: ماجرا، گفت‌وگو، تک‌گویی‌های درونی، احساسات درونی، توصیف، فلش‌بک و خلاصه‌ی روایی. وقتی شما از این عناصر به شکل کارامد استفاده کنید تجربه‌ی حسی قوی‌ای را به خواننده‌تان منتقل می‌کنید.

انتخاب چیزهایی که می‌خواهید به خوانندگان بدهید

چرا می‌نویسید؟ ما در طول سالیان از نویسندگان بسیاری پرسیده‌ایم که چه چیزی آن‌ها را به سوی نوشتن داستان سوق می‌دهد. طبعاً شانصدهزار جواب مختلف هم شنیده‌ایم! در ادامه به شش مورد از این پاسخ‌ها اشاره می‌کنیم:

- ✓ برای اینکه نامم را روی جلد کتاب ببینم
- ✓ تا نویسنده‌ی معروفی شوم
- ✓ تا کلی پول در بیاورم
- ✓ تا به مردم چیز یاد بدهم
- ✓ برای اینکه خواننده‌هایم را سرگرم کنم
- ✓ تا مردم را قانع کنم که دیدگاه‌هایم را در مورد سیاست و مذهب بپذیرند

این‌ها همه دلایل خوبی برای نوشتن رمان هستند. دلایل شما برای نوشتن به خودتان مربوط اســـت. لازم نیســـت آن‌ها را برای کســـی توجیه کنید. اما دانستن اینکه دلایل نوشتن شما چه چیزهایی هستند مهم است. در غیر این صورت چطور می‌توانید بفهمید که دارید موفق می‌شوید؟



همین حالا چند دقیقه صرف نوشـــتن دلایل خود برای داستان‌نویسی کنید. امیدوارید از این کار چه چیزی عایدتان شـــود؟ می‌خواهید برای خوانندگان چه بکنید؟ روی همان ورق کاغذ دلایلی را که باعث می‌شـــوند کتاب بخوانید بنویســـید. دور دلیلی که برایتان بیشـــترین اهمیت را دارد دایره بکشید. اگر شـــما هم مانند اکثر خواننده‌ها باشید، دلیل اصلی خواندن برایتان لذت بردن است، سرگرم شدن.

آفرینش یک تجربه‌ی حسی قوی: آنچه خواننده به‌شدت دنبالش است

سرگرمی یعنی چه؟ پس از سال‌ها نوشتن و تدریس آن، ما مطمئن شده‌ایم که سرگرمی را می‌توان به یک چیز تجزیه کرد: اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده. در ادامه این مفهوم را برایتان باز کرده‌ایم:

- ✓ **چرا احساســـات اهمیت دارند:** احساس نقطه‌ی مشترک تمام داستان‌هاست. به هریک از ژانرهای مهم داســـتانی که بیندیشـــید خواهید دید که تک‌تک آن‌ها به‌نوعی دارای یک لرزه‌ی احساسی هستند:
  - رمانس‌هـــا – مانند دیگر انواع رمان‌هـــای رمانتیک – ترکیبی از عشق و شور حسی هستند.

- رمان‌هـــای معمایـــی، پلیســـی، ماجراجویی و ترســـناک همگی ته‌مایه‌های گوناگون وحشت را منتقل می‌کنند.
- معما حس کنجکاوی را همراه با مقدار مناسبی از ترس به خواننده انتقال می‌دهد.
- رمان‌های تاریخی، تخیلی و علمـــی همگی خواننده را دچار حس "دگرمکانی" می‌کنند.
- داســـتان‌های عامه یا ادبی هم می‌توانند هریک از احساساتی را که پیش‌تر ذکر شد در کنار حس قوی درک‌شدن به خواننده القا کنند.

✓ **چرا احساســـات باید قوی باشد:** پنج ثانیه به این سؤال فکر کنید. آیا تا به حال کســـی را دیده‌اید که رمانی را به این امید خریده باشد که تجربه‌ی حسی خاصی در آن پیـــدا نکند؟ البته که نه! احساســـات قوی داســـتان‌ها را لذت‌بخش و به یادماندنی می‌کنند. اکثر آدم‌ها می‌خواهند از خواندن رمان هیجان‌زده شوند. آن‌ها هیجان زیادی می‌خواهند؛ یک عالمه هیجان. اگر خواننده چیزی را بخواهد، شما دلیل کافی برای ارائه‌ی آن دارید.

✓ **چرا تجربه ایـــن قدر حیاتی اســـت:** خواننده‌های شـــما نمی‌خواهند درباره‌ی احساســـات قوی کس دیگری بخوانند. اصلاً این خیلی کسل کننده است. فرض کنید ســـاعت‌های زیادی از عمرتان را صرف تماشای یک آدم ناشناس کنید که گریه می‌کند، از ترس می‌لرزد، یا به کسی عشق می‌ورزد که شما حتی اسمش را هم نشنیده‌اید. خیلی لوس است.



خواننده‌ی شـــما می‌خواهد برای چند ســـاعت هم که شـــده کس دیگری باشد، زندگی دیگری داشته باشد، عشـــق واقعی را پیدا کند، با ترس‌های غیرقابل‌باور روبه‌رو شـــود، معماهای غیرممکن را حل کند و هجوم آدرنالین را در رگ‌هایش حس کند. اگر این حس‌ها را به خواننده ببخشید آن‌ها را تا ابد مرید خود می‌کنید. اما اگر هر چیز دیگری به خواننده بدهید او را برای همیشه از دست خواهید داد.

بقیه‌ی این کتاب فقط یک هدف دارد: اینکه به ساده‌ترین شکل ممکن به شما یاد بدهد که چگونه خواننده‌تان را به یک تجربه‌ی احساســـی مهمـــان کنید. هیچ چیز مهم‌تر از این نیست.

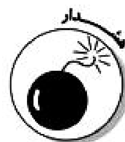
آموزش خواننده‌ها

برخی از رمان‌ها به خواننده‌ها آموزش می‌دهند و به آن‌ها اجازه می‌دهند سایر فرهنگ‌ها را کشـــف کنند، کشـــف‌های علمی را زیر سؤال ببرند، داســـتان‌های پیشِ پا افتاده‌ی

خودشـــان را بسازند، یا اینکه درباره‌ی کار زمانه بیشـــتر بفهمند. اساتید انگلیسی قاعدتاً اضافه می‌کنند که داســـتان خوب خاصیت انســـان بودن را می‌کاود. اما شما خودتان را برای توضیح معنای زندگی تحت فشار نگذارید. خیلی از خواننده‌ها فقط به کمی تمرین ذهنی نیاز دارند.

اگر نویســـنده به‌خوبی تحقیق کرده باشد، تقریباً تمام رمان‌های تاریخی دارای مقداری ارزش آموزشی هستند. جیمز میچنر به‌خاطر نکته‌سنجی فراوان در رمان‌هایش معروف است که سبب می‌شود خوانندگانش بدون مشقت، اطلاعات تاریخی زیادی یاد بگیرند. مجموعه‌ی *قبیله‌ی خرس غارنشین* اثری از جین اُوْل پر از دانش زندگی در اروپای عصر یخبندان است. همچنین بسیاری از رمان‌های علمی تخیلی مطالب متنوعی را درباره‌ی علم و مهندسی می‌آموزند. اگر واقعاً دلتان می‌خواهد درباره‌ی مریخ چیز یاد بگیرید، یک راه آسان برای این کار خواندن مجموعه‌ی هوشمندانه‌ی *مریخ سرخ، مریخ سبز و مریخ آبی* از کیم استنلی رابینسن است.

خوانندگانی که معماهای نظامی و داســـتان‌های هیجانی تکنولوژیک را دوست دارند از آشنایی با جدیدترین فناوری‌ها و سخت‌افزارهای نظامی و ارتشی لذت می‌برند. آن‌هایی که رمان‌های آمیش می‌خوانند مسحور خرده‌فرهنگ آمیش هستند. طرفداران رمان‌های هیجانی حقوقی از یادگرفتن مســـائل قانونی لذت می‌برند. هواداران فرایندهای پلیسی کشـــته‌ومرده‌ی طرز تفکر پلیس‌ها هســـتند. آموزش دادن به خوانندگان، در صورتی‌که بدانید دارید رمانی می‌نویســـید که خواننده با خواندن آن انتظار یادگیری چیزی را دارد، هیچ اشکالی ندارد.



حوصله‌ی خواننده را ســـر نبرید. اگر می‌خواهید اطلاعاتی را که برایتان جذاب است در داستان خود بنویســـید، اطمینان حاصل کنید که این اطلاعات برای خواننده هم جالب اســـت. این کار را می‌توانید به‌شـــکلی انجام دهید که به‌نظر برسد آن اطلاعات در روند داســـتان اهمیت حیاتی دارد. اگر شخصیت‌های شـــما بدون دانستن جزئیات نظریه‌ی کـــوارک زنده نمانند، آن وقت خواننده هم می‌خواهد تمام جزئیات کوانتومی را بداند. اما یادتان باشد که در حال نوشتن مقاله‌ی درسی نیستید.

به‌کارگیری هنر ظریف ترغیب

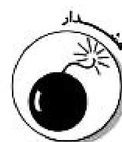
بســـیاری از نویســـندگان نمی‌خواهند فقط به خواننده چیز یاد بدهند؛ آن‌ها می‌خواهند خوانـــده را به چیزی ترغیب کنند (که اغلب یک عقیده‌ی اقتصادی، سیاســـی، مذهبی یا اخلاقی است). بسیاری از رمان‌ها نوعی پیام قدرتمند را منتقل می‌کنند. برای مثال:

- ✓ رمان‌های آین رند، مانند *سرچشمه* و *اطلس شانه بالا انداخت*، عقیده‌ی او را مبنی بر اینکه بهترین دستگاه اقتصادی نظام سرمایه‌داری بی‌نقص و قدرتمند است، عرضه می‌کند.

- ✓ اولیــن رمان‌های نظامی و هیجانی-تکنولوژیکی تام کلنســی حاکی از اعتقاد او مبنی بر انحراف دســتگاه حاکم شوروی ســابق و سقوط موعود آن در نتیجه‌ی نقایص بی‌شمارش بود.
- ✓ مجموعه‌ی *بر جای مانده* اثر جری جنکینز و تیم لاهایه مســیر جاده‌ای دقیق و هیجان‌انگیز از باورهای نویســنده‌ها درباره‌ی پیش‌بینی‌های مسیحیان از پایان دنیا را ارائه می‌دهد.
- ✓ رمان بعدی اثر مایکل کریتون به کنکاش مســئله‌ی اخلاقی دســتکاری ژنتیکِ بدون نظارت، در بیوتکنولوژی امروزی می‌پردازد.

همه‌ی این نویسنده‌ها خوانندگانی داشتند که کاملاً با عقاید آن‌ها همراه بودند. همه‌شان هم به‌خاطر تبلیغ دوآتشــه‌ی عقایدشان مورد انتقاد قرار گرفتند. اما با تمام این‌ها، آن‌ها موفق شدند عده‌ای را به پذیرفتن باوری جدید ترغیب کنند.

یک رمان، اگر ســرگرم کننده باشــد، می‌تواند خواننده‌ها را ترغیب به پذیرش کند، اما بیشتر احتمال می‌رود که نویسنده‌ها مخاطب خود را در بین کسانی بیابند که از قبل به موضوعی ایمان داشــته‌اند و از طریق خواندن رمان جدید فقط باورهایشان تقویت شود. هیچ‌کس تا به حال رمانی نخریده تا بتواند با خواندن آن فرضیات اقتصادی خود را تغییر دهد، به حزب سیاسی تازه‌ای بپیوندد، یا تغییر مذهب بدهد. هیچ‌کس!



با فراهم کردن نیاز خواننده به یک تجربه‌ی احساســی قوی، به او احترام بگذارید. شما هرگز نمی‌توانید خواننده را بدون سرگرم کردن وی به چیزی ترغیب کنید.

درباره‌ی اهداف داســتان خود تصمیم بگیرید. در کنار ســرگرم کردن خواننده‌ی خود، دیگر می‌خواهید به چه چیزی دست پیدا کنید؟ آیا مأموریت شما شامل آموزش و تربیت خوانندگان هم می‌شــود؟ ترغیب‌شان چطور؟ یا مثلاً چیزی دیگر؟ آیا این اهداف سبب می‌شوند تجربه‌ی احساسی خواننده دچار نقصان شود؟

سخت کردن زندگی برای شخصیت‌ها: درگیری به‌علاوه‌ی تغییر مساوی است با داستان

یک داستان از شخصیت‌های درگیر تشکیل می‌شود. شخصیت‌های شما به نوعی تغییر در زندگی‌شان نیاز دارند. تغییری که (در بیشتر رمان) نمی‌توانند به‌دست آورند. این تغییر ممکن است یکی از این‌ها باشد:

- ✓ تغییری در روابط شخصیت‌ها

✓ تغییری در درون یک شخصیت خاص

✓ تغییری در دنیای داستانی (محیط و صحنه)

مثلاً در *ارباب حلقه‌ها*، فرودوی هابیت کمر به سفری ماجراجویانه می‌بندد که از طریق آن قرار است حلقه‌ی قدرت را نابود کند. اگر او پیروز شود، زمین میانه به‌شدت تغییر می‌کند – تا ابد از دست ارباب تاریکی، یعنی سائورون، رها می‌شود. اگر او شکست بخورد، زمین میانه باز هم به‌شدت تغییر می‌کند – تا ابد زیر یوغ پلید سائورون می‌رود. خطر از دست دادن بسیار بالاست. تغییر در راه است، حالا در هر جهتی که باشد. اینکه همه چیز در جهت خوبی تغییر کند در دست فرودوست.



همیشه‌ی همیشه‌ی همیشه، شخصیت‌هایتان را به تغییرپذیری در زندگی‌شان وادار کنید. اشتیاق به تغییر، چیزی است که سبب می‌شود خواننده در داستان شما از نظر حسی سرمایه‌گذاری کند. خواننده‌ها خیلی دوست دارند زندگی خودشان را تغییر دهند و به همین دلیل برای کسانی که حاضرند برای ایجاد تغییر خطر کنند احترام زیادی قائل‌اند. اما نمی‌شود همه چیز را برای شخصیت‌ها آسان کرد. لحظه‌ای که آن‌ها تلاش کنند تغییر ایجاد کنند، درگیری آغاز می‌شود. درگیری برای شخصیت‌ها بد است اما برای داستان مفید است. هرچه شخصیت‌های شما درگیری بیشتری داشته باشند، سرمایه‌گذاری احساسی خواننده‌ها در داستان‌تان بیشتر خواهد بود. داستان شما روایتی است از نحوه‌ی رویارویی شخصیت‌هایتان با درگیری‌های ناشی از نیاز به تغییر.

اگر تا پایان داستان شخصیت‌های اصلی شما به تغییری که می‌خواهند، دست پیدا کنند، داستان شما پایان خوشی داشته است. اگر شخصیت‌ها تغییری را که می‌خواهند به‌دست نیاورند، داستان معمولاً پایانی غم‌انگیز خواهد داشت. (می‌گوییم معمولاً، چون در هر صورت ممکن است شخصیت‌های شما در پایان داستان به این نتیجه برسند که آن‌ها چیزی را که واقعاً فکر می‌کردند می‌خواهند، نمی‌خواسته‌اند. اما این هم نوعی تغییر است؛ تغییری در رویکرد ذهنی.)



چه چیزی سبب فوق‌العاده بودن یک داستان عالی می‌شود؟ سؤال پیچیده‌ای است. اما بخشی از عالی بودن، از عمق تغییری حاصل می‌شود که شخصیت شما به‌دنبال آن است. قدرت داستان فرودو از بالا بودن درصد خطر آن ناشی می‌شود. اگر او موفق شود، تمام نژادهای آزاد پیروز شده‌اند؛ اگر او شکست بخورد، تمام نژادهای آزاد باخته‌اند. هرچه درصد ریسک تغییر بیشتر باشد، داستان قوی‌تر خواهد بود.

پنج ستون داستان

داستان دارای پنج عنصر اصلی است که هر کدام از آن‌ها در خلق تجربه‌ای حسی برای خوانندگان‌تان به شما کمک می‌کند:

- ✓ دنیای داستانی (که به آن *صحنه* یا *محیط* هم می‌گویند)
- ✓ شخصیت‌ها
- ✓ پی‌رنگ (که ساختار را هم در برمی‌گیرد)
- ✓ درون مایه
- ✓ سبک و سیاق

ما در این کتاب از هر یک از ستون‌های داستان به‌عنوان یک عبارت تخصصی استفاده می‌کنیم. شما از تک‌تک این جنبه‌های داستان به اشکال مختلف برای تکان دادن خواننده بهره می‌جویید. در این قسمت، ما به‌طور جداگانه به هر یک از این ستون‌ها نگاهی می‌اندازیم تا معنایی را که در پس آن نهفته است دریابیم.

چیدن صحنه: دنیای داستانی شما

ما عبارت دنیای داستانی را به دیگر اصطلاحات رایج، مانند صحنه یا محیط، ترجیح می‌دهیم. این عبارات هم عبارات خوبی هستند، اما ما اصطلاحی می‌خواهیم که گستردگی صحنه‌ی وقوع رمان شما را به دوش کشد. دنیای داستانی شامل تمام موارد زیر و حتی بیشتر، می‌شود:

- ✓ کیهان یا دنیایی که داستان در آن رخ می‌دهد
- ✓ جغرافیای داستان، شامل مرزهای ملی
- ✓ نژاد افراد، دیگر موجودات هوشمند، گیاهان و حیوانات
- ✓ بستر تاریخی
- ✓ ساختارهای اجتماعی، مذهبی، اقتصادی و سیاسی
- ✓ غذاها، نوشیدنی‌ها و داروها
- ✓ زبان‌ها، روش‌های تفریح، نقش‌ها و قواعد جنسی



برخی از ژانرها طالب دنیاهای داستانی بسیار پیچیده هستند؛ دیگر ژانرها همان دنیای خواننده را فرض وقوع داستان می‌پندارند. در هر حال نویسنده باید زیر و بم دنیای داستانی را خوب بلد باشد زیرا این دنیا تعیین می‌کند که امکان رخ دادن چه داستانی

وجود دارد. از این جهت، دنیای داستانی محدودیت‌هایی برای نوع تجربه‌های حسی قوی‌ای که می‌توانید به خواننده تقدیم کنید ایجاد می‌کند. یک دنیای داستانی عالی، به‌طرز فوق‌العاده‌ای امکان نوشتن یک داستان فوق‌العاده را برای شما افزایش می‌دهد.

در زیر به چند نمونه از دنیاهای داستانی اشاره می‌شود:

- ✓ *ارباب حلقه‌ها*، اثر جی. آر. آر. تالکین، زمین میانه را دنیای داستانی خویش قرار داده است. می‌توان ادعا کرد که زمین میانه بهترین آفریده‌ی تالکین است.
- ✓ *خدای رودخانه*، اثر ویلبر اسمیت، در مصر قرن ۱۸ پیش از دوران مسیحیت اتفاق می‌افتد. به‌نظر می‌رسد که اسمیت در تاریخ حقیقی دخل و تصرف زیادی کرده باشد، اما این موضوع مهم نیست. دنیای داستانی او کامل و خیره‌کننده است.
- ✓ *برگزیده*، اثری از چاییم پوتوک، در بروکلین دهه‌ی ۴۰ میلادی و در یک محله‌ی یهودی حسیدی اتفاق می‌افتد. دنیای داستانی پوتوک از نظر فضا و زمان به آمریکای امروزی نزدیک است اما به لحاظ فرهنگی با آن تفاوت فاحشی دارد.
- ✓ *مجموعه‌ی هری پاتر*، اثر جی. کی. رولینگ در انگلستان امروزی رخ می‌دهد اما یک تفاوت مهم در آن وجود دارد؛ برخی از آدم‌ها به‌صورت ژنتیک قدرت‌های جادویی دارند. این تفاوت سبب می‌شود رولینگ بتواند نبردی حماسی بین خیر و شر را به تصویر بکشد.
- ✓ *راز داوینچی*، اثر دن براون، در اروپای امروزی رخ می‌دهد و در آن به چندین جاذبه‌ی گردشگری، از جمله لوور و وست‌مینیستر ابی اشاره شده است. براون یک جامعه‌ی پنهانی ساختگی را در این بستر به تصویر می‌کشد – فرقه‌ی صهیون – و ریشه‌های آن را در قرون گذشته‌ی تمدن غرب گره می‌زند و تعبیری نو از برخی از وقایع و شخصیت‌های تاریخی مشهور ارائه می‌دهد.

آفرینش شخصیت‌ها

شخصیت‌ها بازیگران صحنه‌ی داستان شما هستند. هر شخصیت با پیشینه‌ای طولانی و پر از جزئیات وارد داستان شما می‌شود (داستان پیشینه). در ضمن هر شخصیت به جهت خاصی گرایش دارد؛ وی دارای انگیزه‌های انتزاعی و هدف‌های مجسم است.



شما تا زمانی‌که شخصیت‌ها را نداشته باشید درگیری هم نخواهید داشت. مهم‌تر آنکه خواننده‌ی شما بدون وجود حداقل یک شخصیت نمی‌تواند تجربه‌ی حسی قوی‌ای داشته باشد. این تجربه‌ی حسی قوی زمانی حاصل می‌شود که شما روایت باورپذیری از شخصیت خود را به‌شکلی ارائه دهید که خواننده به آن شخصیت تبدیل شود. شخصیت‌های شما وجود دارند تا خواننده‌تان بتواند زیر جلد یکی از آن‌ها برود و در قالب او با دیگران نبرد کند.

به چند شخصیت نمونه و درگیری‌های آن‌ها توجه کنید:

- ✓ لیزی بِنِت، در رمان *غرور و تعصب* اثر جین آستن، بدجوری دلش می‌خواهد مردی باشخصیت پیدا کند که بتواند عاشق‌اش شود. اما آیا این امر با وجود قاطعیت خانواده‌ی او در بروز رفتارهای مسخره امکان‌پذیر است؟
- ✓ جک رایان، شخصیت اول تعدادی از رمان‌های تام کلنسی، یک مأمور سازمان سیا ست که سعی می‌کند در دنیایی دیوان‌سالار، کارش را به‌خوبی انجام دهد. آیا جک می‌تواند در برابر مأموران و آدم‌کش‌های خارجی پیروز شود، یا اینکه توسط سازمان طرف خودش متوقف می‌شود؟
- ✓ اسکارلت اوهارا، در رمان *بر باد رفته* اثر مارگارت میچل، می‌خواهد در دنیای یأس‌آور قبیله‌گرایی جنوبی‌های آمریکا تا ابد زیباترین دختر برگزیده‌ی جشن باقی بماند. اما آیا اسکارلت می‌تواند جایگاه خود را در میان تغییرات وحشتناک جهان اطرافش، که زبان از بیان آن‌ها قاصر است، پیدا کند؟
- ✓ اندِر ویگین، پسر جوانی است در رمان *بازی اندر* اثر اورسن اسکات کارد. اندر امیدوار است به‌عنوان فرمانده‌ی نظامی‌ای که بشریت را از "مزاحم‌های" فضایی نجات می‌دهد انتخاب شود. اما آیا او می‌تواند از حسادت و نفرت دانشجویانش در مدرسه‌ی مبارزه، جان به در ببرد؟

ساخت پی‌رنگ

پی‌رنگ مجموعه‌ای از اعمال است که شخصیت‌های شما با انجام آن‌ها داستان را به پیش می‌برند. شما باید این اعمال را بادقت انتخاب کنید. در زندگی واقعی به‌نظر می‌رسد که مسائل همین طوری اتفاق می‌افتند. در رمان شما، هیچ چیز "همین طوری" اتفاق نمی‌افتد؛ همه‌ی چیزهایی که در داستان خود نشان می‌دهید باید حداقل برای یکی از شخصیت‌هایتان مفهوم خاصی داشته باشند. این معنای خاص، همان چیزی است که خواننده را درگیر یک تجربه‌ی حسی قوی می‌کند. بنابراین پی‌رنگ شما باید تمام رویدادهایی را که معنی ندارند نادیده بگیرد.

پی‌رنگ چندین لایه دارد که در فصل‌های ۸ تا ۱۰ بادقت به آن‌ها می‌پردازیم. هر لایه از پی‌رنگ برای برانگیختن احساسات و عواطف خواننده طراحی شده است. در اینجا ما مثال‌هایی را از چهار لایه‌ی پی‌رنگ و احساساتی که برمی‌انگیزند برای شما ذکر می‌کنیم:

- ✓ **اولین لایه‌ی پی‌رنگ چکیده‌ای تک‌جمله‌ای از داستان است.** در *شکار اکتبر سرخ*، نوشته‌ی تام کلنسی، یک ناخدای زیردریایی اهل شوروی تلاش می‌کند

به‌صورت مخفی وارد ایالات متحده شود و در این مسیر از کم‌صداترین زیردریایی موجود اســتفاده می‌کند. این چکیده‌ی تک‌جمله‌ای به‌گونه‌ای طراحی شده است که احساسات قوی میهن‌پرستی را در آمریکایی‌ها برانگیزد.

✓ **لایه‌ی بعدی پی‌رنگ، *ســاختار ســه‌پرده‌ای* معروف است که در حالت عادی شامل یک مصیبت در پایان پرده‌ی اول می‌شود که قهرمان داستان را مجبور می‌کند در ادامه‌ی داســتان درگیر شــود و به آن تن دهد.** در رمان *خارجی* اثر دایانا گابالدون، یک پرســتار تازه عروس به‌شکل تصادفی در زمان سفر می‌کند و از ســال ۱۹۴۵ به اسکاتلند سال ۱۷۴۳ می‌رود. این پرستار مجبور به ازدواج با یک خلافکار اســکاتلندی جذاب و بســیار خوش پوش می‌شود و به این ترتیب هدف او برای بازگشــت به آینده با مانع بزرگی مواجه می‌شود. این فاجعه سبب می‌شــود قهرمان داســتان تن به رابطه‌ای طوفانی بدهد و به تبع آن خواننده با روابط قهرمان داستان با دو همسر بسیار متفاوت‌اش، درگیر می‌شود.

✓ **یکی از لایه‌های میانی پی‌رنگ صحنه‌ی رخداد است؛ چندین صحنه کشمکش و اتفاق کــه در یک مکان و یک زمان رخ می‌دهنــد.** در یک صحنه‌ی رخداد در *ســتون‌های زمین*، اثر کن فولِت، راهزنان از یک ســنگ‌تراش انگلیسی قرن دوازدهمی گوشتی را که بنا بود غذای زمستانه‌ی وی و خانواده‌اش باشد می‌دزدند. پایان فاجعه‌آمیز این رخداد قرار اســت احساس اســتیصال ناشی از رویارویی با قحطی را در خواننده برانگیزد.

✓ **لایه‌ی زیرین پی‌رنگ، بند اســت.** در یک سکانس دعوا در رمان *دارا و ندار* اثر ایروین شا، سربازی در نزاعی خیابانی پسری شانزده ساله را با مشت می‌زند. پسر وانمود می‌کند که این مشت بی‌اثر، باعث درد زیادی شده است و سپس با ترکیب بیچاره‌کننده‌ای از مشــت و لگد پاسخ سرباز را می‌دهد. این عمل تبعی چند بند از داستان را به خود اختصاص می‌دهد و هدف از آن ایجاد علاقه به یک بچه‌ی لات عشق دعوا، در خواننده‌هاست.



شــما باید پی‌رنگ خود را در تمام شــش لایه‌ی آن بپرورانید، به‌گونه‌ای که هر لایه، تجربه‌ی احساســی‌ای را که می‌خواهید به خواننده بدهید منتقل کند. اکثر پاراگراف‌ها باید بکوشند نوعی تکان احساسی را منتقل کنند. تمام صحنه‌های رخداد باید حتماً نوعی محتوای احساســی را به دوش بکشند؛ البته اگر شــدت این امر در تمام صحنه‌ها یکی باشد، داستان روند ملال‌آوری خواهد داشت. صحنه‌های رخداد باید در هماهنگی کامل، در نقاط اوج داستان، تجربه‌های حسی قوی‌ای را انتقال دهند. وقتی هم که کتاب تمام شود، خواننده باید همچنان واکنشی احساسی به کلیت کار داشته باشد.

آفرینش درون‌مایه

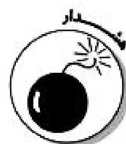
هـر رمان معنایی فراتر از داسـتانی که تعریف می‌کند دارد. ما بـه این معنا درون‌مایه می‌گوییم. لازم نیسـت درون‌مایه (به لحاظ روشن‌فکری) خیلی عمیق و پیچیده باشد. عمق و پیچیدگی را نمی‌شود به‌زور ایجاد کرد، پس ایجاد آن را به هدف و مسئولیت خود در زندگی تبدیل نکنید. درون‌مایه‌ی شـما می‌تواند به‌سادگی مفاهیمی مانند "هر کسی به عشق نیاز دارد" یا "زندگی خیلی مزخرف است" یا "بار کج به منزل نمی‌رسد" باشد.



باری که بر دوش شماسـت این اسـت که داسـتان بگویید و ایـن دقیقاً یعنی همـان انتقال تجربه‌ی حسـی به خواننده. شـما می‌توانید و بایـد تلاش کنید که درون‌مایه‌تان به لحاظ احساسـی ژرف باشـد. اگر هم درون‌مایه‌تان از نظر فکری عمیق باشـد، چه بهتر.

رمان‌های فوق‌العاده، معمولاً درون‌مایه‌های عمیق احساسـی را وا کاوی می‌کند. به دو مثال زیر دقت کنید:

- ✓ در *داسـتان دو شهر*، چارلز دیکنز درون‌مایه‌ای قوی از رستگاری از طریق از خود گذشتگی می‌سازد. سـیدنی کارتون، یک وکیل دون‌پایه عاشق زنی است که با مرد دیگری ازدواج کرده اسـت. کارتون با پیدا کـردن راهی برای نجات جان شوهر آن زن، زندگی خود را که همیشه حول خودخواهی‌هایش می‌چرخید جبران می‌کند و این موضوع برای خودش گران تمام می‌شـود. خواننده با این تجربه‌ی حسی قوی که ترکیبی از ترس، عشق، خشم و لذت است بر جای می‌ماند.
- ✓ رمان چاییم پوتوک، *نام من اَشـِر لـِو است*، درون‌مایه‌ی تاریک آنچه هنر را متعالی می‌سازد بررسـی می‌کند. اشـر لو یک یهودی ارتودکس است در جماعتی که نقاشی بی‌پرده را محکوم می‌کند. شاهکاری که اشر می‌آفریند وی را از خانواده و جامعه‌اش جدا می‌کند و حس قوی اندوه تلخ آمیخته با شور و شعف را می‌بخشد.

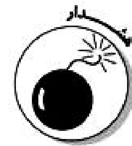


بسیاری از نویسندگان رمان‌هایشان را با انتخاب درون‌مایه‌ای که می‌خواهند به تصویر بکشند، شـروع می‌کنند. اغلب هم آن‌ها معتقدند که این یعنی آن‌ها نیازی به‌کار روی ساخت یک داسـتان خیلی خوب، شخصیت‌های سه‌بعدی و پی‌رنگی قانع‌کننده ندارند. این به‌جای داسـتان به خلق خطابه‌ای فریب‌کارانه می‌انجامد. حواس‌تان جمع باشـد! خطابه‌ها به‌ندرت خواننده را مهمان یک تجربه‌ی حسـی قوی می‌کنند و بیشتر اشتیاق فزاینده‌ای به چرت زدن را در وی ایجاد می‌کنند. اگر داسـتان خود را طوری بسازید که برای درون‌مایه‌تان مناسـب باشد، مصنوعی به‌نظر خواهد رسید. اول یک داستان خیلی خوب بنویسید و به هنرمند درون‌تان در یافتن درون‌مایه‌ی عمیق نهفته در آن (داستان) اعتماد کنید. اگر لازم شد، می‌توانید در مرحله‌ی ویرایش، درون‌مایه‌تان را تقویت کنید.

به نمایش گذاشتن سبک

شـــما به‌عنوان یک رمان‌نویس راه منحصر به فردی برای ابراز خودتان پیدا می‌کنید که ترکیبی است از شخصیت، صدا، لحن، ذهنیت، شوخ‌طبعی و خیلی چیزهای دیگر. ما به این ترکیب سبک می‌گوییم. سبک شما ممکن است ساده یا پیچیده، یکنواخت یا سرشار از جزئیات، عاطفی یا اندیشمندانه باشد.

شـــما در طول زمان ســـبک شـــخصی خودتان را پیدا خواهید کرد. سبک ابزار دیگری اســـت که به کمک آن می‌توانید یک تجربه‌ی حسی قوی را به خواننده بدهید، آن هم به‌گونه‌ای که هسته‌ی وجودی‌تان در آن منتقل شود.



ســـعی نکنید سبک نویســـندگان دیگر را تقلید کنید. البته حتماً کار نویسندگان دیگر را بررســـی کنید. ببینید در کارهای آســـتن، تواین، همینگوی، فاکنر و هزاران نویسنده‌ی دیگر چه چیزی را دوست دارید. اما آخرش خواهید فهمید که شما نمی‌توانید جای هیچ کدام از آن‌ها باشـــید. شما باید خودتان باشـــید. اگر شما خودتان نباشید، پس چه کسی قرار است خودتان باشد؟!

ســـبک، یک مسئله‌ی پیشرفته است. توسعه‌ی ســـبک شخصی، سال‌ها زمان می‌برد و احتمالاً تـــا مدت‌ها بعد از چاپ اثرتان هم در پیدا کردن ســـبک خود لنگ خواهید زد. از آنجا که این کتاب به اصول و مبانی داستان‌نویســـی می‌پردازد، ما مسئله‌ی سبک را به‌صورت جزئی مورد مطالعه قرار نمی‌دهیم.



با مطالعه‌ی دنیای داســـتانی، شـــخصیت‌ها، پی‌رنگ و درون‌مایه برای نوشـــتار خود شالوده‌ای قوی بنا کنید. سپس بنویسید و بنویسید و بنویسید. در پایان سبک خودتان را خواهید یافت. وقتی به اندازه‌ی کافی در فن داستان‌نویسی پیشرفت کردید، ممکن است لازم بدانید که از کمی آموزش در زمینه‌ی سبک بهره ببرید.

هفت راه برای تحویل بسته‌ها

شما به‌عنوان یک رمان‌نویس، هفت ابزار تاکتیکی کلیدی را برای اعطای یک تجربه‌ی حسی به خواننده در اختیار دارید. این‌ها همه در لایه‌ی زیرین پی‌رنگ وارد کار می‌شوند (یعنی آنجا که داستان بندبه‌بند فاش می‌شود). شما از برخی از این ابزار بیش از سایرین اســـتفاده خواهید کرد. خیلی چیزها به سلیقه‌ی شخصی شما و نوع رمانی که می‌نویسید بستگی دارد. ابزاری که از آن‌ها سخن رفت در زیر ذکر شده‌اند:

- ✓ کنش
- ✓ گفت‌وگو

✓ تک‌گویی درونی (اندیشه‌ها)

✓ عواطف درونی

✓ توصیف

✓ فلش‌بک

✓ چکیده‌ی روایی



هـــر کدام از این‌هـــا را چه زمانی باید به‌کار برد؟ چطور باید آن‌ها را با هم ترکیب کرد؟ معیار تصمیم‌گیری شما باید همیشه یکســـان باشد: باید از همان ترکیبی استفاده کنید که خواننده‌تان را با بزرگ‌ترین، شـــدیدترین و برجســـته‌ترین تجربه‌ی احساسی ممکن مواجه می‌کند.

این قسمت به شما نشان می‌دهد که این ابزارها برای چه هستند. برای اطلاعات بیشتر در مورد آن‌ها، به بخش ۲ بروید – که نوشـــتار در آن پوشـــش داده شده است – و نیز بخش ۳ – که به مقوله‌ی ویرایش می‌پردازد.

هم‌اینک و همین‌جا: عمل / کنش داستانی

کنش داستانی چیزی اســـت که همین حالا دارد اتفاق می‌افتد. کنش داستانی می‌تواند یک بوســـه باشـــد، یا خورده شـــدن جناب وکیل توسط تی‌رکسِ دایناســـور، پیدا شدن اثر انگشـــت قاتل توسط جرم‌شـــناس، به زمین افتادن دونده‌ی ماراتن درست کنار خط پایان و یا چکاندن ماشه توسط تک‌تیرانداز.



کنش یک بخش کلیدی داســـتان شماست. اما یک کار را باید درست انجام دهید: شما باید همیشـــه عملی را نشـــان دهید که همین حالا درحال رخ دادن است. چیزی که دو ســـال پیش یا دو ثانیه پیش اتفاق افتاده دیگر کنش نیســـت. چیزی که ممکن است در آینده رخ دهد هم کنش نیست. چیزی که در طول دقایق، ماه‌ها یا هزاره‌ها کش می‌آید هم کنش نیست. کنش لحظه به لحظه رخ می‌دهد. (البته شما ممکن است داستان خود را فعل‌های زمان گذشـــته روایت کنید؛ اکثر رمان‌ها در زمان گذشته روایت می‌شوند. اما در این صورت هم این داستان‌ها کنش را لحظه به لحظه نقل می‌کنند).

به این دو مثال نگاه کنید. اولی نشـــان‌دهنده‌ی کنشـــی اســـت که در یک سکانس رخ می‌دهـــد. دومی چکیده‌ای روایی را بدون وجود کنشـــی در آن و بدون جزئیات بصری، نقل می‌کند.

✓ **نمونه‌ی کنش:** جرج به زمین افتاد، به‌ســـمت چپ غلتید، اسلحه‌ی گلاک‌اش را به‌سمت آدمکش نشـــانه رفت، و ماشه را چکاند. آدمکش استخدام شده فریادی

کشید و به زمین افتاد.

✓ **نمونه‌ای که کنش نیســـت:** جرج پیش از اینکه موفق شود آدمکش را با تیر بزند برای چند دقیقه از دست او گریخت.



کنش امری حسی است. شما می‌توانید آن را بشنوید، ببویید، بچشید یا لمس کنید. شما می‌توانید از کنش عکس بگیرید یا آن را ضبط کنید.

ویراستاران همیشه به نویسنده‌ها می‌گویند "نشان بده اما گزارش نکن". اگر صحبت از یک سکانس از اعمال باشد، معنی این گفته این است که اعمال چیزی را که در گذشته رخ داده، قرار اســـت در آینده رخ دهد، یا در طول زمان کش آمده است، یا چیزی را که نمی‌شود دید، شنید، بویید، چشید یا لمس کرد خلاصه می‌کنند.

اما نشـــان دادن تک‌تک وقایع می‌تواند روند داســـتان را کُند جلوه دهد. کمی جلوتر از این قســـمت، قســـمت "فراهم آوردن چکیده‌ی روایی" را بخوانید تا اطلاعاتی در مورد زمانی‌که نویسنده شاید نیازی به نمایش جزء به جزء وقایع نداشته باشد به‌دست آورید.

بخشیدن صدا به شخصیت‌هایتان: گفت‌وگو

گفت‌وگو، نوع خاصی از کنش داســـتانی اســـت که در آن کسی مشغول صحبت است. گفت‌وگو هم مانند هر کنش دیگری باید در لحظه رخ دهد. خواننده می‌خواهد آن را درست همان‌طور که اتفاق می‌افتد – بدون خلاصه یا قضاوت شدن توسط نویسنده – بشنود.

گفـــت‌وگو، واژه‌های گوینـــده را دقیقاً به خواننـــده منتقل می‌کند. وقتی ویراســـتار از "گزارشـــی" بودن داستان شما می‌نالد، معمولاً منظورش این است که شما به‌جای نقل قول عینی گفت‌وگوها، دارید آن‌ها را به‌طور خلاصه روایت می‌کنید. البته گاهی شـــما خودتان قصد دارید صحبت‌ها را خلاصه کنیـــد، مثل زمانی‌که می‌خواهید اطلاعاتی را به‌ســـرعت منتقل کنید. اما وقتی چنین کاری می‌کنید، دیگر گفت‌وگوها را نمی‌نویسید بلکه خلاصه‌ای روایی از آن‌ها می‌نویسید (که این مورد در ادامه‌ی این فصل مورد بحث قرار خواهد گرفت).



گفت‌وگو به دلیل پیوند مستقیمی که با صدا دارد در ایجاد یک تجربه‌ی حسی قوی در خواننده بسیار مؤثر است. صدای انسانی امری است پایه‌ای. خواننده می‌تواند صدای هر شخصیت را بشنود و قدرت آن را حس کند.

نمایاندن افکار: گفت‌وگوی درونی

شما به‌عنوان یک رمان‌نویس، برتری بزرگی به فیلمنامه‌نویس‌ها دارید: شما قادرید افکار

شـــخصیت‌هایتان را دقیقاً به خواننده نشـــان دهید. فیلمنامه‌نویس مجبور است با نشان دادن یک نمای بسته از چهره‌ی بازیگر یا با استفاده از صدای راوی (که بیننده‌ها اغلب آن را بی‌مزه و لوس می‌پندارند) بیننده را وادار به حدس زدن کند.

گفت‌وگوی درونی به خواننده نشـــان می‌دهد که در سر شخصیت داستان چه می‌گذرد. شما می‌توانید بین چند سطح گفت‌وگوی درونی یکی را انتخاب کنید:

- ✓ افکار را دقیقاً نقل کنید.
- ✓ آن‌ها را خلاصه کنید.
- ✓ درون‌مایه‌ی کلی افکار را ارائه دهید.

شما هستید که تصمیم می‌گیرید کدام شکل گفت‌وگوی درونی را به‌کار ببرید؛ همه‌شان مناسب هستند.



گفت‌وگوی درونی، خواننده را مستقیماً وارد مغز شخصیت می‌کند. دیگر از این نزدیک‌تر ممکن نیست؛ و اگر شما می‌خواهید یک تجربه‌ی حسی عمیق را به خواننده هدیه کنید، نزدیک شدن به شخصیت‌ها یکی از ارکان کار است.

حس کردن با شخصیت‌هایتان: احساس درونی

احســـاس درونی، خواننده را مستقیماً به عواطف شـــخصیت وصل می‌کند. این دومین برتری اساســـی‌ای اســـت که رمان‌نویس نســـبت به فیلمنامه‌نویس دارد. از این امتیاز، هوشـــمندانه بهره ببرید. شما دو سطح احساس درونی در اختیار دارید که می‌توانید بین آن‌ها انتخاب کنید:

- ✓ **نشـــان دادن دقیق واکنش‌های فیزیولوژیکی‌ای که شخصیت حس می‌کند به خواننده:** این ترفندی قوی اســـت، اما اســـتفاده‌ی اندک از آن تأثیر زیادی دارد، پس آن را بیش از حد به‌کار نبرید.
- ✓ **اعلام احساسات شـــخصیت به خواننده:** این ترفند ساده‌تری است و به همین دلیل می‌توانید از آن – بدون خسته کردن خواننده – اغلب اوقات استفاده کنید. البته در اکثر مواقع نام بردن از یک احساس آن را خراب می‌کند.

دیدن آنچه شخصیت‌تان می‌بیند: توصیف

توصیف یعنی خواننده را به حواس شـــخصیت وصل کردن. شخصیت چیزی را می‌بیند، می بوید، می‌شنود، می‌چشد یا لمس می‌کند و خواننده هم با وی همراه است. (حواس‌تان باشـــد که شما قادرید توصیف را، درست مثل گفت‌وگو یا کنش داستانی، خلاصه کنید.

وقتی این کار را انجام دهید، در حال اســتفاده از چکیده‌ی روایی هستید که توضیح این قســمت از کتاب ربطی به آن ندارد.) در ادامه مثالی ذکر شده که اندکی کنش داستانی را با چند جمله‌ی توصیفی ترکیب می‌کند:

جــک دوربین‌اش را روی درختان حاشــیه‌ی جنگل متمرکز می‌کند. یک شــبح راه‌راه نارنجی و سیاه در دامنه‌ی دید شناور می‌شود؛ ۴۰۰ پوند عضله و خشم. چشمان زردرنگ ببــر با آخرین پرتوهای نور خورشــید سوســو می‌زنند. ببر دهان‌اش را باز می‌کند و می‌غرد و صدای غرش‌اش یک ثانیه بعد مانند پتکی به جک اصابت می‌کند.

در این بریده‌ی داســتان، خواننده در قالب جک می‌رود، کاری را می‌کند که جک کرده، چیــزی را می‌بیند که جک دیده و بعد صدایی را می‌شــنود که او شــنیده. منظور ما از توصیف این است. بسیاری از نویسنده‌ها از توصیف، استفاده‌ی بیش از حدی می‌کنند یا در قالب چکیده‌ی روایی به آن آب می‌بندند؛ اما به هر حال اگر توصیف مســتقیماً برای قرار دادن خواننده در جایگاه شخصیت به‌کار رود، ابزاری قوی خواهد بود.



توصیف به خواننده اجازه می‌دهد در آنچه شــخصیت‌تان می‌بیند، می‌شــنود، می‌بوید، می‌چشــد و لمس می‌کند با وی ســهیم شــود. این نوع توصیف را بــا توصیفی که از شخصیت مجزاست اشتباه نگیرید چرا که آن نوع توصیف جزئی از چکیده‌ی روایی است.

سفری در گذشته: فلش‌بک

فلش‌بک، گذاری تقریباً آنی به زمان گذشته است که چیزی را که در پیشینه‌ی شخصیت رخ داده است به خواننده نشان می‌دهد.

از نظر فنی فلش‌بک متفاوت با کنش داســتانی، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی، احســاس درونی و توصیف است، زیرا فلش‌بک تمام موارد ذکر شده را شامل می‌شود. بنابراین ما در اینجا با طبقه‌بندی فلش‌بک در کنار موارد ذکر شده در سطر قبلی در واقع داریم تقلب می‌کنیــم. اما جایگاه دیگری هم برایش وجود ندارد و به همین دلیل ما تصمیم گرفتیم آن را در اینجا ذکر کنیم و نگران عیب شیوه‌ی طبقه‌بندی‌مان نباشیم.

فلش‌بک دو بخش عجیب و غریب دارد. در آغاز فلش‌بک شما باید به خواننده سرنخی بدهیــد که او را متوجه تغییر چهارچوب زمانــی بکند. در پایان فلش‌بک هم باید دوباره سرنخی به خواننده بدهید که وی را متوجه بازگشت‌تان به همان نقطه‌ی داستان – که فلش‌بک از آن آغاز شــده بود – بکند. بین این دو بخش عجیب و غریب هم شما باید خیلی عادی حرکت کنید، درست مثل اینکه گذشته، همان زمان حال باشد.



فلش‌بک ظرفی اســت برای کنش داســتانی، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی، احساسات

درونی و توصیف آنچه در زمانی پیش‌تر در داستان رخ داده است.

فراهم آوردن چکیده‌ی روایی

چکیده‌ی روایی دقیقاً همان چیزی است که به‌نظر می‌رسد: چکیده‌ای از چیزهایی که در زمانی غیر از زمان حال، رخ داده‌اند. ممکن است این‌ها در گذشته رخ داده باشند؛ ممکن است برای آینده برنامه‌ریزی شده باشند؛ ممکن است یک جورهایی در حال حاضر در حال رخ دادن باشند؛ اما شکلی پخش و پلا داشته باشند. چکیده‌ی روایی ممکن است توصیف صحنه‌ای بی‌جان از چیزی باشد که همین حالا وجود دارد اما به هیچ شکلی در حال تغییر نیست.

چکیده‌ی روایی بی‌واسطه و شفاف نیست اما کارایی زیادی دارد. شما با استفاده از این عنصر می‌تواند مطالب زیادی را در زمانی کوتاه پوشش دهید.

مشکل چکیده‌ی روایی تجربی نبودن آن است. شخصیت شما نمی‌تواند آن را ببیند، بشنود، ببوید، بچشد و لمس کند. تنها کاری که شخصیت‌تان می‌تواند در این رابطه انجام دهد به‌خاطر آوردن، برنامه‌ریزی کردن، خلاصه کردن یا توصیف کردن است و این‌ها به اندازه‌ی تجربه کردن مفید نیستند.



در زمان و موقعیت مناسب، چکیده‌ی داستانی می‌تواند به‌طرزی استثنائی مؤثر باشد. اما تازه‌کارها اغلب از این ابزار استفاده‌ی بیش از حد می‌کنند. خوب است معیار تقریبی‌تان این باشد که از چکیده‌ی داستانی برای بخش‌هایی از داستان خود استفاده کنید که جنبه‌ی حسی کمتری دارد و برای بخش‌های حسی‌تر از کنش، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی، عواطف درونی و توصیف استفاده کنید.



اجازه ندهید کسی به شما بگوید که همیشه می‌بایست "نشان دهید، اما گزارش نکنید". نشان دادن تمام جزئیات زندگی یک شخصیت با استفاده از کنش داستانی، گفت وگو، تک‌گویی درونی، عواطف درونی، توصیف و فلش‌بک کار خسته‌کننده‌ای است. از چکیده‌ی روایی به‌عنوان چسبی استفاده کنید که این عناصر را کنار هم نگه‌می‌دارد. شما به چسب زیادی نیاز ندارید اما بدون آن هم نمی‌توانید کارتان را ادامه دهید.

فصل ۳

پیدا کردن مخاطب و ژانر خودتان

در این فصل

- نگاهی به انواع کتاب‌هایی که دوست دارید بخوانید
- شناسایی ویژگی‌های خوانندگان مورد نظرتان
- انتخاب ژانر و مخاطب کتاب‌تان
- پژوهش درباره‌ی ژانر انتخابی‌تان

هیچ رمان واحدی وجود ندارد که به درد همه بخورد. رمان شما باید با هدف خوانده‌شدن توسط گروه خاصی از خواننده‌ها (*مخاطب شما*) نگاشته شده باشد و بر همین اساس هم در کتاب‌فروشی و در کنار کتاب‌های مشابه (*ژانر شما*) قرار گرفته باشد.

شما باید مخاطب و ژانر خود را، پیش از فروش کتاب، شناسایی کنید. نماینده‌ها و ناشران نمی‌خواهند مخاطب مورد نظر شما را پیدا کنند؛ آن‌ها انتظار دارند که شما این مورد را به آن‌ها اطلاع دهید. اگر پاسخ مناسبی ندارید و نمی‌دانید مخاطبتان کیست، کارتان ممکن است، صرف نظر از خوب بودن، رد شود.



رمان‌نویس‌های خبره، مخاطب و ژانر خود را می‌شناسند. اگر شما هم می‌خواهید حرفه‌ای باشید، باید هر دوی این موارد را به قدر کافی تعریف کنید تا به ناشر کارتان امکان تهیه‌ی یک برنامه‌ی بازاریابی خوب را بدهید. ما اکیداً توصیه می‌کنیم که حتی پیش از آغاز به نوشتن رمان خود، به مخاطب و ژانر آن بیندیشید. به این‌ترتیب ماه‌ها و سال‌های متمادی را صرف نوشتن کتابی نمی‌کنید که بعداً مشخص می‌شود غیرقابل عرضه است.

در این فصل شما به کاوش چیزی می‌پردازید که دوست دارید بنویسید و بخوانید، مخاطب ایده‌آل خود را درک و ژانر مربوطه را انتخاب و بررسی می‌کنید.

شناسایی رمان ایده‌آل‌تان

شما می‌توانید کتابی بنویسید که خودتان خواندن‌اش را بیش از هر کتاب دیگری دوست دارید، یا کتابی بنویسید که برای نوشتن‌اش بیشترین آمادگی را دارید. این دو همیشه یکسان نیستند، اما بسیاری از نویسنده‌ها و ویراستاران معتقدند که باید چنین باشد. ما لزوماً موافق نیستیم.

شمار زیادی از رمان‌نویسان بازاری دوست دارند داستان ادبی بخوانند اما از توانایی یا سبک غنایی لازم که نویسنده‌ی ادبی طالب آن است، برخوردار نیستند. به‌طور مثال، دنیا پر است از نویسندگان رمان‌های عاشقانه که در خفا از رمان‌های علمی تخیلی لذت می‌برند، یا نویسندگان رمان‌های رمزآلود که دیوانه‌ی رمان‌های تاریخی‌اند. به این ترتیب هیچ قانونی نمی‌گوید که شما باید دقیقاً همان رمانی را بنویسید که دوست دارید بخوانید. تنها چیزی که ضروری است این است که شما برای توانا شدن در نوشتن نوع خاصی از رمان، باید رمان‌های زیادی از همان نوع را بخوانید.

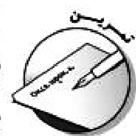


کتابی بنویسید که برای نوشتن آن بیشترین آمادگی را دارید. خواندن و نوشتن به هم مربوطند اما یک چیز واحد نیستند. پس اگر سلیقه‌ی خواندن و نوشتن‌تان یک جورهایی با هم فرق دارند احساس گناه نکنید.

از سوی دیگر، اگر تصمیم بگیرید رمانی بنویسید که خواندن‌اش را هم دوست دارید، آنگاه سه گام جلو می‌افتید زیرا از قبل با قواعد – بایدها و نبایدها – آشنایی دارید و خوب می‌دانید چه چیزهایی خوانندگان را به وجد می‌آورد و چه چیزهایی توی ذوق آن‌ها می‌زند.

اگر ندانید برای نوشتن چه نوع رمانی مناسب هستید چه؟ این قسمت شامل تمرین‌هایی است که می‌تواند در تصمیم‌گیری در این رابطه به شما کمک کند.

نگاهی به آنچه عاشق خواندنش هستید



اگرچه دانستن نوع کتابی که دوست دارید بخوانید، پیش‌نیاز فرایند تعیین نوع کتابی که قرار است بنویسید نیست، اما این کار می‌تواند به شما در یافتن نقاط قوت‌تان کمک کند. می‌توانید عادت خواندن خود را به‌شکل زیر تحلیل کنید:

۱.سیاهه‌ای از عادات خواندن‌تان تهیه کنید.

موارد زیر را فهرست کنید:

- ده رمانی که بیشتر از همه دوست‌شان دارید
- ده رمانی که به‌تازگی خوانده‌اید

• ده رمانی که عمیق‌ترین تأثیر را بر شما گذاشته‌اند

لازم نیست درباره‌ی فهرست‌ها خیلی به خودتان سخت بگیرید. اگر هر فهرست دقیقاً از ده رمان تشکیل نشود هم ایرادی ندارد. هدف از این کار این است که ببینید الگوهای خواندن‌تان چگونه‌اند.

۲.نقاط مشترک این کتاب‌ها را تحلیل کنید.

آیا ژانر آن‌ها مشابه است (مثلاً همه‌شان رمزآلود، عاشقانه، تخیلی، یا معمایی‌اند)؟ این کار سرنخی درباره‌ی ژانری که ممکن است برای شما مناسب باشد به دست‌تان می‌دهد.

آیا تمام آن‌ها محیطی مشابه دارند؟ آیا قهرمان‌هایشان شبیه به هم هستند؟ آیا پی‌رنگ و درون‌مایه‌شان به هم شبیه است؟ آیا سبک نوشتاری همه‌شان قوی است؟ پاسخ شما به این پرسش‌ها کمک می‌کند بفهمید نقاط قوت‌تان به‌عنوان یک نویسنده چه می‌تواند باشد: دنیای داستای، شخصیت‌پردازی، پی‌رنگ، درون‌مایه یا سبک. (برای جزئیات بیشتر درباره‌ی این عناصر به فصل ۲ مراجعه کنید.)

۳.فهرستی از ده کتاب که به شدت از آن‌ها متنفرید تهیه کنید و درباره‌ی تفاوت‌های آن‌ها با رمان‌هایی که در مرحله‌ی اول تمرین نام بردید، فکر کنید.

آیا این فهرست حاوی ژانرهایی است که قطعاً علاقه‌ای به نوشتن در قالب آن‌ها ندارید؟ آیا پی‌رنگ خاصی هست که از آن خوش‌تان نیاید؟ یا درون‌مایه‌ای که هرگز نمی‌خواهید از آن سر در بیاورید؟ یا سبکی که نوشتن در قالب آن باعث می‌شود عرق شرم از پیشانی‌تان سرازیر شود؟ دانستن آنچه به نوشتن‌اش بی‌علاقه‌اید به محدود کردن انتخاب‌هایتان کمک می‌کند.

۴.این جمله را کامل کنید: "کتابی که من در تمام دنیا از خواندن‌اش بیشترین لذت را می‌برم ... است".

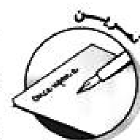
این ممکن است همان کتابی نباشد که دوست دارید بنویسید اما احتمالاً می‌خواهید برخی از عناصر موجود در کتاب‌های مورد علاقه‌تان (برای خواندن) را در کتاب خودتان به‌کار ببندید.

فکر کردن به چیزی که دوست دارید بنویسید

بعد از اینکه ایده‌ای کلی از کتابی که دوست دارید بنویسید پیدا کردید باید آن ایده را موبه‌مو برای خود پیاده کنید. شما باید این ایده را یک روزی برای نماینده و ویراستار هم توضیح دهید.



لازم نیســت بابت چیزی که می‌خواهید بنویســید توضیح دهید و دلیل بیاورید. شــما می‌خواهید کتابتان را بنویسید، چون دلتان می‌خواهد. این تنها دلیلی است که می‌توانید ارائه کنید. تنها کاری که باید قدرت انجام‌اش را داشــته باشید توصیف چیزی است که می‌خواهید بنویسید.



یک ورق کاغذ بردارید و به سؤالات زیر پاسخ دهید. فقط با فکر کردن به پاسخ‌هایتان ســر و ته قضیه را هم نیاورید؛ حتماً بنویسیدشان. شما هنوز به جبهه‌ای نپیوسته‌اید؛ در حال حاضر فقط دارید روی کاغذ فکر می‌کنید تا افکارتان را در جایی ثبت کرده باشید.

- ✓ **بیشتر دوست دارید شبیه کدام نویســنده‌ها بنویسید؟** شما قرار نیست سبک نوشــتار کسی را تقلید کنید؛ سبک نوشتار شــما منحصر به خودتان خواهد بود، اما به هر حال به نویســنده‌های مورد علاقه‌تان شــباهت بیشتری خواهد داشت تا ســایرین. نام دو یا سه نویســنده را که سبک‌شان به سبکی که برای خودتان مجسم می‌کنید شبیه است، روی کاغذ بنویسید.
- ✓ **کدام ژانرهــا برایتانِ جالب‌ترند؟** در ادامه‌ی این فصل بیشــتر درباره‌ی ژانرها صحبت می‌کنیم. فعلاً یک یا چند مورد از آن‌هایی را که دوست دارید در گروهشان قرار بگیرید، ذکر کنید. ژانرهای معمول عبارت‌اند از عاشــقانه، رمزآلود، معمایی، تاریخی، علمی ـ تخیلی، خیال‌انگیز، ترسناک، وسترن، ادبی، الهام‌بخش، کودک، نوجوان و غیره. شما اجازه‌ی ترکیب ژانرها را دارید اما یکی از آن‌ها باید غالب باشد.
- ✓ **کدام عناصر داســتانی بیشــتر از ســایرین برایتان جالب‌اند؟** آیا می‌خواهید داستانی بنویسید که دنیای پیچیده‌ای دارد؟ یا شخصیت‌های عمیق؟ یا پی‌رنگی تو در تو و پرســرعت، یا درون‌مایه‌ای قوی؟ یا ســبکی گیرا و بی‌مانند؟ شــما می‌توانیــد بیش از یکــی از این موارد را انتخاب کنید اما یادتان باشــد که هیچ نویســنده‌ی خبره‌ای در همه‌ی این عناصر توانمند نیست. یادتان باشد: چیزی را که می‌خواهید بنویســید انتخاب کنید، نه چیزی را که فکر می‌کنید باید بنویسید یا چیزی را که مردم انتظار دارند بنویسید.
- ✓ **دوست دارید داســتان‌تان کی و کجا اتفاق بیفتد؟** یک مکان خاص و دوره‌ی زمانی مشخص را نام ببرید.
- ✓ **چــه پیش‌زمینه یا تجربه‌هایی را می‌توانید با داســتان‌تان بیامیزید؟** مثلاً اگر در افغانستان بزرگ شــده‌اید، آن وقت رمانی که داستان‌اش در آنجا رخ می‌دهد بسیار ملموس خواهد بود. اما اگر اهل آلاباما هستید، نوشتن و به‌فروش رساندن رمان‌های جنوبی برایتان خیلی آسان‌تر است.
- ✓ **ترجیح می‌دهید داســتانی که می‌نویســید چه حجمی داشته باشد؟** یک رمان کوتــاه باید حدود ۶۰/۰۰۰ واژه باشــد. یک کتاب با حجم متوســط بین ۸۰ تا

۹۰/۰۰۰ واژه دارد. یــک کتاب طولانی هم چیزی بیش از ۱۲۰/۰۰۰ واژه دارد. احتمالاً شــما حجم مشــخصی را نمی‌توانید پر کنید اما احتمالاً به رمان کوتاه، حماسه‌های چند جلدی حجیم، یا رمان‌های متوسط گرایش دارید.

هیچ پاســخ غلطی برای ســؤالات بالا وجود ندارد؛ اما بعضی از انواع کتاب راحت‌تر از سایرین فروش می‌روند. اگر می‌خواهید کتابی بنویسید که مخاطب خاصی ندارد، کسی جلویتان را نگرفته اســت. اما حواس‌تان باشــد که راضی کردن نماینده یا ناشر – و در نهایت خواننده – فرقی با عبور از هفت خان ندارد.

تعریف خواننده‌ی ایده‌آل‌تان

صحبت درباره‌ی شــما بس است. حالا وقت آن است که به خواننده فکر کنیم (خواننده در معنای انتزاعی آن؛ شما بیش از یک خواننده دارید). شما قرار است ناشری پیدا کنید که تنها در صورتی‌که بتوانید قانعش کنید آن بیرون خواننده‌هایی هستند که کتاب‌تان را می‌خرند و می‌خوانند، وی به سرمایه‌گذاری روی کتاب شما تمایل پیدا می‌کند.

بســیاری از نویســنده‌ها فکر می‌کنند که برای چاپ آثارشــان باید برای خیل عظیم و گســترده‌ای از مخاطبان جذابیت داشته باشــند. البته در نهایت همین‌طور است و شما می‌خواهیــد چنین خوانندگانی داشــته باشــید. اما در آغاز حرفه‌تان می‌بایســت هدف کوچک‌تری داشته باشــید. بازاریابی اولیه‌ی کتاب شما باید روی یک عده تمرکز کند. یــک طرح بازاریابی که عموم افراد را هدف قــرار می‌دهد به‌طرز باور نکردنی‌ای گران خواهد بود و همچنین ممکن است پیام اصلی کار را به باد دهد.



جذابیت کلی کتاب شما به چگونگی نوشته شدن آن بستگی دارد نه به ابعاد مخاطبان آن. ببینیــد چه گروه کوچکی از مخاطبان را بهتر از هر نویســنده‌ی دیگری در جهان می‌توانید جذب نوشتار خود کنید. این خوانندگان اندک کسانی هستند که با روشن شدن شعله‌ی بازاریابی شما، زبانه خواهند کشید. اگر بتوانید پیدایشان کنید، آن‌ها هم در یافتن مخاطبان بیشتر یاری‌تان خواهند کرد.

این قســمت کمک‌تان می‌کند خواننده‌ی ایده‌آل خود را مجســم کنید. اگر خواننده‌ی ایده‌آل شــما به خودتان شباهت زیادی دارد، همزمان با نوشتن رمان‌تان، طرز فکر او را به‌خوبی درک خواهید کرد. اگر خواننده‌ی ایده‌آل‌تان شــباهتی به شما نداشته باشد هم عیبی ندارد؛ مادامی‌که شــما مشق‌هایتان را بنویســید و درک کنید که خواننده‌ی مورد نظرتان چه طرز فکری دارد هیچ مشکلی پیش نخواهد آمد.

در نظر گرفتن جهان‌بینی و علائق



این سؤالات ممکن است حیاتی‌ترین سؤالاتی باشند که شما پاسخ می‌دهید: خواننده‌های ایده‌آل شما درباره‌ی جهان چه فکری می‌کنند؟ چه چیزی توجه آن‌ها را جلب می‌کند؟ آیا خوانندگان ایده‌آل شما در موارد زیر جای می‌گیرند؟

- ✓ مذهبی یا نه لزوماً مذهبی؟ اگر مذهبی‌اند، آیا مثلاً مسیحی، یهودی، مسلمان یا بودایی هستند؟ اگر مذهبی نیستند چه؟
- ✓ اهل سیاست یا نه لزوماً سیاسی؟ اگر اهل سیاست هستند به کدام حزب تعلق دارند؟ آیا محافظه‌کارند یا آزادی‌خواه؟ جنگ‌طلبند یا صلح‌جو؟
- ✓ تحصیل‌کرده‌اند یا تحصیل را اولویت محسوب نمی‌کنند؟
- ✓ به مسابقات اتومبیل‌رانی علاقه دارند؟ یا به زیست‌شناسی مولکولی؟ بچه‌داری؟ مسائل وابسته به مهاجرت؟ فناوری زیر دریایی؟ خوش‌گذرانی و تفریح؟ فلسفه‌ی هگلی؟ بازی‌های شرطی؟ دوشیدن شیر شتر؟

شما فرصت خیلی خوبی دارید تا خواننده‌ی ایده‌آل‌تان را طوری برای ناشرتان تعریف کنید که او را به وجد آورد. اگر بتوانید نشان دهید که توانسته‌اید هسته‌ی خوانندگانی را پیدا کنید که رمان‌تان را دوست خواهند داشت، آنگاه مخاطبی را پیدا کرده‌اید که می‌شود طرح بازاریابی را روی او متمرکز کرد. در ادامه به چند رمان با مخاطبان کاملاً تعریف شده اشاره می‌شود:

- ✓ *راز داوینچی* اثر دن براون برای خوانندگانی نوشته شد که نسبت به تاریخ رسمی اوایل دوران مسیحیت تردید داشتند. رمان، حرکات برق‌آسا را با مجموعه‌ای از معماهای فکری در هم آمیخت که قوه‌ی تخیل مخاطبان مورد نظرش را تسخیر کرد و تبلیغات شفاهی بی‌نظیری را برایش به ارمغان آورد.
- ✓ *کلبه* اثر ویلیام پی. یانگ برای مسیحیان محافظه‌کار نوشته شد که در پی پاسخ‌هایی برای این سؤال دینی پیچیده بودند که "چطور می‌شود خداوند نیک‌خو و قادر اجازه دهد شر وجود داشته باشد؟" این رمان به دل و اندیشه‌ی خوانندگان راه یافت و ارقام فروش‌اش سر به آسمان گذاشت.

توجه داشته باشید که این دو رمان مخاطبانی کاملاً جدا از هم را هدف قرار داده بودند. تیم بازاریابی هرکدام از آن‌ها برای برقراری ارتباط با هسته‌ی مخاطبان خاص خود طراحی شده بود، نه به منظور جلب توجه افرادی نامشخص. هر دوی این کمپین‌ها هم به دلیل متمرکز بودن‌شان موفقیتی پیش‌بینی نشده داشتند.

دو رمان بعدی‌ای که در زیر درباره‌شـــان خواهید خواند، دو قطب متفاوت از خوانندگان را هـــدف قـــرار داده بودند. موفقیت هردویشـــان هم به خاطر دقـــت در انتخاب گروه مخاطبان‌شان بود و نه چیز دیگری.

- ✓ رمان تام کلنسی به نام *شکار اکتبر سرخ* یک شبه‌ژانر خلق کرد که تکنوتریلر نظامی (Military Technothriller) نام گرفت. این رمان برای نظامیان و محافظه‌کاران سیاسی نوشته شـــده بود و جاذبه‌ی آن زمانی گسترش یافت که مردم فهمیدند "همه واشـــنگتن" در حال خواندن این رمان‌اند و افســـران ارشد پنتاگون و حتی (بنا بر شـــایعات) خود رییس جمهـــور رونالد ریگان از خوانندگان آن هســـتند.
- ✓ در سرگذشـــت *ندیمه* اثر مارگارت آت‌وود، جهان پس از آخرالزمان هسته‌ای خلق شـــده که زن قهرمان داستان در آن مجبور اســـت کانالی باشد برای حمل نوزاد زوجی که در اثر پرتوهای هســـته‌ای نابارور شـــده‌اند. ایـــن رمان طرفداران حق انتخاب زنان را هدف قرار می‌دهد، اما پیام عمیق آن مخاطبان‌اش را از این گروه خاص فراتر می‌برد.

نگاهی به جنسیت

شرط می‌بندیم که از شنیدن این جمله تعجب نمی‌کنید: زنان و مردان به اشکال متفاوت فکر می‌کنند. آن‌ها انواع متفاوتـــی از کتاب‌ها را می‌خوانند و علایق متفاوتی هم دارند (هر چند افراد زیادی را می‌شناســـیم که از این مرزهای جنسیتی مزاحم عبور می‌کنند). حالا خیلی سریع جواب بدهید: آیا اساساً برای زنان می‌نویسید یا برای مردان؟

اگر به یکی از این دو، "مردان" یا "زنان"، اشاره کردید، پس می‌شود گفت که مخاطبان مورد نظر شـــما دقیقاً در محدوده‌ی مرزهای جنســـیتی جای می‌گیرند. این موضوع نه خوب است نه بد؛ همین طوری است که هست و دانستن آن به شما کمک می‌کند برای مخاطبان‌تان جذابیت پیدا کنید و در چیدن طرح بازاریابی به ناشرتان یاری می‌رساند.

اگر مطمئن نباشید چه؟ در این صورت رمان شما به احتمال زیاد از نظر جنسیتی چندان تعریف شده نیست. تکرار می‌کنیم که این نه خوب است و نه بد؛ فقط واقعیتی است که در تعیین جزئیات طرح بازاریابی کتاب‌تان به ناشر کمک می‌کند.

نوشتن برای خوانندگان گروه‌های سنی خاص

وقتی شـــما خواننده‌های مورد نظرتان را مجســـم می‌کنید، آن‌ها چندســـاله هســـتند؟ کودک‌اند؟ نوجوان‌اند؟ جوان‌اند؟ بیســـت و اندی ساله‌اند؟ سی تا پنجاه ساله‌اند؟ یا پنجاه ســـالگی را رد کرده‌اند؟ هریک از این گروه‌های سنی عادات خواندن به‌خصوصی دارند. هر گروه ســـنی به‌شـــکلی متفاوت به تصویر جلد، عناوین و پشت جلد کتاب‌ها واکنش

نشان می‌دهند. ناشر شما طرح بازاریابی کارتان را باتوجه به گروه سنی خوانندگان مورد نظر تهیه می‌کند.



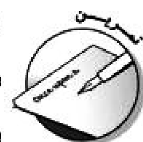
موفق‌ترین مجموعه رمان چاپ شده در تاریخ نشر، مجموعه‌ی *هری پاتر* بوده است. خوانندگان مورد نظر این مجموعه که بودند؟ جوانان! مثل اینکه بنا نبود "همه" این کتاب را بخوانند، این‌طور نیست؟ اما بچه‌ها از آن تعریف کردند و پیش از آنکه بتوانید بگویید "آلوهامورا!" همگان در حال خواندن داستان‌های سحرآمیز پسرک جادوگر بودند.

تعریف گروه خوانندگان‌تان

تبلیغ شفاهی بهترین اتفاقی است که در بازار رمان رخ می‌دهد. بنابراین ناشر شما می‌خواهد گروه خوانندگان کاملاً مشخصی را هدف قرار دهد تا با بیرون آمدن کتاب‌تان بتواند به سراغ‌شان برود. اگر رمان شما قوی باشد، گروه خوانندگان هدف‌تان شروع به تعریف می‌کنند... و به تعریف کردن‌شان ادامه می‌دهند. بعد این تعریف‌ها خبر رمان شما را بسیار فراتر از محدوده‌ی گروه خوانندگان پیش‌بینی شده‌تان می‌برد.



نگران بازاریابی بیشتر و بهتر برای کتابتان نباشید. اگر کتاب شما نظر تعداد کمی از خوانندگان را جلب کند، احتمالاً با رقابت کمتری مواجه خواهید بود و ممکن است بتوانید بر خوانندگان تعیین شده‌تان تسلط یابید. اینکه ماهی درشتی در تُنگ کوچکی باشید آسان‌تر است؛ در ضمن ماهی‌های درشت اغلب راه خود را به تُنگ‌های بزرگ‌تر باز می‌کنند.



در یک بند، خواننده‌ی ایده‌آل خود را بادقت توصیف کنید: سن، جنسیت، جهت‌گیری‌های سیاسی و مذهبی، تفریحات، الگوهای فکری، علاقه‌مندی‌ها و بیزاری‌ها. توصیف خود را باسرعت هرچه بیشتر روی کاغذ بیاورید. فردا آن را ویرایش کنید و کنار بگذارید. روزی فرا می‌رسد که مدیر بازاریابی‌تان به خاطر این حرکت عاشق‌تان بشود.

درک طبقه‌ای که در آن قرار دارید

وقتی کارمندان کتاب فروشی‌ها نسخه‌های کتاب‌ها را از داخل جعبه‌های مقوایی درمی‌آورند، باید کتاب‌های شما را کجا بگذارند؟

در ذهن‌تان در قسمت کتاب‌های داستانی کتابفروشی مورد علاقه‌تان قدم بزنید. احتمالاً بخش‌هایی با عناوین و برچسب‌های متفاوت خواهید دید: داستانی (یا ادبی)، عاشقانه، هیجانی (یا رمزآلود)، معمایی، جنایی واقعی، تاریخی، وسترن، علمی ـ تخیلی، خیال‌انگیز، ترسناک، کودکان، جوانان (یا نوجوانان)، داستان‌های الهام‌بخش (یا داستان‌های مذهبی)، و غیره. اگر به یک دو جین کتابفروشی سر بزنید خواهید دید که

آن‌ها قفسـه‌های کتاب‌ها را کمی متفاوت با هم نام‌گذاری می‌کنند. شـما ممکن است ترکیبات خاصی از عناوین را ببینید، مثلاً "رمزآلود و مهیج" یا "داستانی و ادبی". گاهی جنایی واقعی زیرمجموعه‌ای از رمان‌های رمزآلود به‌شمار می‌رود.

عناوین دو نوع تمایز ایجاد می‌کنند. اکثر آن‌ها تعریف‌کننده‌ی یک ژانر یا نوع شـناخته شـده‌ای از کتاب‌ها هستند، مثل عاشـقانه، رمزآلود و مهیج. اما بسیاری از این عناوین به مخاطبان مورد نظر کتاب‌ها اشـاره می‌کنند؛ مثلاً کـودکان، نوجوانان، یا مذهبی‌ها. بـرای در هم آمیختـن موضوعات، هر یک از بخش‌هایی که بـرای مخاطبان خاصی تعبیه شـده‌اند حاوی کتاب‌هایی از اکثر ژانرها هستند. بنابراین شما می‌توانید کتاب‌های رمزآلود را علاوه بر قسمت مربوط به کتاب‌های رمزآلود، در قسمت کتاب‌های کودکان، نوجوانان و مذهبی‌ها هم پیدا کنید.

آدم گیـج می‌شـود، مگر نه؟ از آنجا که کتاب فروشـی‌ها ژانرهای خود را بر اسـاس معیارهای مختلف انجام می‌دهند، ما سـعی می‌کنیم حتمـاً از طبقه‌بندی هفته‌نامه‌ی ناشـران (Publisher's Weekly) – که نشـریه‌ی تجاری صنعت نشر است – پیروی کنیـم. گروه‌های حاصل از طبقه‌بندی نشـریه‌ی مذکور، که در این قسـمت به آن‌ها می‌پردازیم، در زیر آمده است:

- ✓ عاشقانه
- ✓ مهیج
- ✓ رمزآلود/جنایی
- ✓ علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز
- ✓ ترسناک
- ✓ عمومی/ادبی
- ✓ الهام‌بخش
- ✓ داستان‌های زنان
- ✓ کودکان
- ✓ نوجوانان



شـما باید برای رمـان خود یک گروه غالب را انتخاب کنیـد. البته می‌توانید گروه‌ها را با هم ترکیب کنید، اما باز هم یکی از آن‌ها باید بر سـایرین غالب باشـد. گروه غالب معمولاً مشـخص می‌کند که کارکنان کتاب‌فروشـی، کتاب شما را در کدام قفسه قرار می‌دهند. پس رمان عاشقانه‌ی الهام‌بخش (تقریباً همیشه) جایش در قفسه‌ی رمان‌های

الهام‌بخش اســت. به همین صورت، رمان ادبی رمزآلود (احتمالاً) در قفسه‌ی ادبی‌ها جا خوش خواهد کرد. رمان خیال‌انگیز نوجوانان هم بین رمان‌های نوجوانان جای می‌گیرد. البته حرف نهایی را در مورد نحوه‌ی قفسه‌بندی کتاب‌ها باید از کارکنان کتاب فروشی‌ها شنید و به همین دلیل ممکن است گاهی غافلگیر شوید.



عضو شوید: انجمن‌های نویسندگی برای ژانری که در آن می‌نویسید

پیوســتن به یک انجمن حرفه‌ای نویسندگی می‌توانــد راه خوبی باشــد بــرای درک بهتر طبقه‌بندی‌های نوشــتاری، برقراری ارتباط با دیگر نویســندگان، یادگیری نکات بیشــتر در مورد نشــر، و رقابت بر ســر جوایز آثار چاپ شــده و چاپ نشــده. در اینجا به برخی از این انجمن‌های مهم نویسندگی و جوایزی که ارائه می‌دهند اشــاره می‌کنیم. برخــی از انجمن‌ها لزوماً از شما انتظار دارند که یک رمان یا چند داستان کوتاه چاپ شده در ژانر مربوطه داشته باشید تا اجازه‌ی عضویت در آن‌ها به شما داده شود. ســایر انجمن‌ها هر کســی را که به کار علاقه داشته باشــد می‌پذیرند. برای جزئیات بیشتر به وب‌سایت‌ها مراجعه کنید.

- ✓ انجمن نویســندگان رمان‌های مسیحی در آمریــکا (ACFW): این انجمن پشــتیبان جایزه‌ی کتاب ســال برای رمان‌های بلند و کوتاه، و همچنین جایــزه‌ی پیدایش به دست‌نوشــته‌های چاپ نشــده است. برای اطلاعات بیشــتر بــه www.acfw.com مراجعه کنید.
- ✓ انجمن نویسندگان داســتان‌های ترسناک (HWA): ایــن انجمــن از جایــزه‌ی برام استوکر حمایت‌می‌کند‌.شمامی‌توانید HWA را در اینترنــت در آدرس www.horror.org پیدا کنید.
- ✓ مجمع نویســندگان داســتان‌های رمزآلود در آمریکا (MWA): این مجمع پشــتیبان جایزه‌ی ادگار برای رمان‌های رمزآلود چاپ شــده اســت. برای اطلاعات بیشتر سری بــه www.mysterywriters.org بزنیــد.
- ✓ انجمن نویســندگان رمان‌های عاشقانه در آمریکاRWA: پشــتیبان جایزه‌ی ارزشمند RITA کــه به رمان‌های عاشــقانه‌ی چاپ شــده اهدا می‌شــود و همچنین جایزه‌ی قلب زرین – ویژه‌ی دست‌نوشته‌های چاپ نشده – اســت. این انجمن را می‌توانید در آدرس اینترنتی www.rwanational.org پیدا کنید.
- ✓ انجمن نویسندگان رمان‌های علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز آمریکا (SFWA): این انجمن حامی جوایز نِـبولا، آندره نورتون، و نیز رِی بَردبـِــری است. SFWA را می‌توانید در وب‌سایت www.sfwa.org پیدا کنید.
- ✓ جامعه‌ی نویســندگان و تصویرگران کودک (SCBWI): این گروه پشــتیبان جایزه‌ی بادبادک زرین و چند جایزه‌ی دیگر اســت. اگر شــما نویســنده‌ی داســتان کودک یا نوجوان هســتید، ســری به وب‌سایت این انجمن، www.scbwi.org بزنید.

ژانرها: نگاهی به ژانر آثار بر اساس محتوای آن‌ها

هنگامی‌که یک دسته یا زیرمجموعه‌ی آن دارای تعدادی قاعده‌ی تعریف شده باشند که پارامترهای گسترده‌ی داستان را تعیین می‌کنند، به آن دسته یا زیرمجموعه از آثار *ژانر* می‌گویند. ژانرهای متداول عبارتند از عاشقانه، مهیج، رمزآلود، علمی-تخیلی، خیال‌انگیز و ترسناک. ما در این قسمت به بررسی این ژانرها و ژانرهای دیگر می‌پردازیم. (داستان تاریخی ژانری خاص با مسائل مخصوص به خود است که آن را در قالب یک کادر جدا تحت عنوان "چه بر سر رمان‌های تاریخی آمد؟" بررسی خواهیم کرد.)

رمان عاشقانه

اگر می‌خواهید در وادی داستان‌نویسی قدم بگذارید، شاید هیچ جاده‌ای هموارتر از جاده‌ی عاشقانه‌نویسی نباشد. حالا هر چقدر دلتان خواست پوزخند بزنید، اما نویسندگان رمان‌های عاشقانه حرف ما را تأیید خواهند کرد. بیش از ۴۰ درصد رمان‌هایی که امروزه به فروش می‌رسند در دسته‌بندی رمان‌های عاشقانه جای می‌گیرند. بازار موجود برای این نوع رمان بسیار گسترده است و طرفداران آن عطش زیادی برای خواندن دارند.

داستان‌های عاشقانه اغلب حکایت زن و مرد مجردی است که با هم روبه‌رو می‌شوند و تقریباً اکثر مواقع پایان خوشی دارند. عموم خواننده‌های این رمان‌ها مؤنث هستند (امیدوارم باعث تعجب‌تان نشده باشیم). در ضمن مخاطبان این ژانر در تمام گروه‌های سنی پراکنده‌اند. این ژانر دارای زیرمجموعه‌های گیج‌کننده‌ای هم هست که رمان‌های لطیف و شیرین عاشقانه از آن جمله‌اند.



دنیای رمان‌های عاشقانه پر از کاربردهایی است که تعاریف موشکافانه‌ای دارند. شما باید این تعاریف را بلد باشید چون مجالی برای سُستی نیست. رمان‌های عاشقانه بیشتر بر شخصیت‌ها و دنیای داستانی تمرکز می‌کنند تا پی‌رنگ و درون‌مایه؛ البته این قاعده‌ی ثابت و تغییرناپذیری نیست.

اکثر ناشران رمان‌های عاشقانه شرایط دقیق خود را روی وب‌سایت‌هایشان ذکر می‌کنند (وقتی می‌گوییم شرایط دقیق اصلاً شوخی نمی‌کنیم). برخی از این شرایط متداول عبارتند از تعداد واژگان مشخص، سن و سال قهرمان مرد و زن، زمان آشنایی مرد و زن در داستان و بسیاری جزئیات دیگر.

برای خواندن نکات بیشتر در رابطه با نوشتن رمان‌های عاشقانه کتاب *Writing a Romance Novel For Dummies* اثر لزلی وینگر را مطالعه کنید.

رمان مهیج

در صنعت نشر عبارات *رمان مهیج* و *رمان رمزآلود* به‌جای هم استفاده می‌شوند. رمان‌های مهیج تنوع زیادی دارنـد، که رمان‌های ماجراجویانه ـ اکشـن، نظامی ـ تکنولوژیک، حقوقی، جنگی و جاسوسـی از جمله‌ی آن‌ها هستند. این داستان‌ها اغلب پی‌رنگی قوی دارند و ممکن است شخصیت‌ها یا دنیای داستانی درخشانی هم داشته باشند. معمولاً در رمان‌های مهیج درون‌مایه‌ی داستانی چندان محوریت ندارد.

خوانندگانی از تمام سـنین – مرد و زن – عاشـق این ژانرند. بعضی از رمان‌های مهیـج، مثلاً رمان‌های مهیـج با مایه‌ی نظامـی ـ تکنولوژیک، بیشـتر مردان را مخاطـب قرار می‌دهند، در حالی‌کـه مخاطب دیگر انواع رمـان مهیج، مثل رمان رمزآلود و عاشقانه خانم‌ها هسـتند. اما به‌طور کلی این ژانر از نظر جنسیتی متعادل اسـت. میزان مناسب خشونت در داستان شما بسـتگی به سن و جنس خوانندگان مورد نظرتان دارد.



دسـته‌ی رمان‌های مهیج گسـترده است، و به همین دلیل شـما باید مسیر خود را در این ژانر بادقت برگزینید تا بتوانید مخاطبان خود را تعریف کنید. شـما از آزادی بی حد و حصری برای خلق یک ژانر انشـعابی، یا حتی یک ژانر مسـتقل، برخوردار هسـتید؛ همان‌طور که تام کلنسی و جان گریشام به‌ترتیب ژانر مهیج نظامی ـ تکنولوژیک و ژانر مهیج حقوقی را آفریدند.

ایـن ژانر بازار خوبی دارد، پس اگر از رمـان مهیج خوش‌تان می‌آید، در پرداختن به آن شـکی به دل‌تان راه ندهید. فهرست کتاب‌های پرفروش پر از رمان‌های این ژانر است. اما رقابت هم در ژانر مهیج زیاد است و به همین دلیل گرد و خاک به پا کردن به‌عنوان یک رمان‌نویس تازه‌کار ممکن است کار آسانی نباشد.

رمان رمزآلود/جنایی

ژانر رمزآلود/جنایی ارتباط تنگاتنگی با ژانر مهیج دارد، اما همیشـه معماهای فکری‌ای دارد که باید حل شـوند، اغلب این معماها راز یک قتـل را فاش می‌کنند و گاهی هم بـه جرایم دیگر مربوطند. لازمه‌ی این ژانر پیدا شـدن جانی و اجرای عدالت درباره‌ی اوست و به همین دلیل خواننده نباید تا آخر داستان از هویت شخصیت منفی بویی ببرد (اگر از این قاعده تخطی کنید دیگر رمان‌تان رمزآلود نیسـت مهیج اسـت). در کتاب فروشـی‌ها رمان‌های رمزآلود اغلب در قفسـه خاص خودشان هستند؛ با یک استثنا در مورد رمان‌های قتل‌های سریالی که ممکن است همراه با رمان‌های مهیج در یک قفسه

قرار بگیرند.

زنـــان و مردان هر دو از ژانر رمزآلود – که معمولاً پا را از مرزهای ســـنی فراتر می‌نهد – لذت می‌برند و به همین دلیل این ژانر یک دســـته‌بندی گســـترده همراه با ژانرهای انشعابی بسیار دارد. برخی از این ژانرهای انشعابی عبارتند از رمان‌های عملیاتی پلیسی، کارآگاه خصوصی، و معماهای بی‌دردســـر کارآگاهان ناشی. بسیاری از کتاب فروشی‌ها یک قفســـه را به رمان‌های *جنایات واقعی* اختصاص می‌دهند (که البته نمی‌شـــود دقیقاً این‌ها را رمان نامید، اما چون در نوشتن آن‌ها از شیوه‌های روایت داستان‌نویسی استفاده می‌شود در این قسمت گنجانده شـــده‌اند). در این ژانر هم، مثل ژانر مهیج، شما آزادی تعریف نوع خاصی از پیچیدگی را در اثر خود دارید.

رمان‌های رمزآلود در وهله‌ی اول معماهایی ذهنی‌اند، اما در نوشـــتن آن‌ها دست‌تان باز اســـت که درباره‌ی عنصر ثانویه‌ای که می‌خواهید به‌کار ببرید تصمیم بگیرید؛ پی‌رنگ (که کارکردی حســـی دارد) یا شـــخصیت گزینه‌های متداولی هستند اما آفرینش یک دنیای داســـتانی منحصر به فرد هم می‌تواند به محبوبیت رمان شما در میان دیگر آثار کمک کند. ممکن اســـت بعضی از ناشران در مورد شـــرایط لازم برای خلق یک رمان رمزآلود بسیار سخت‌گیر باشند و برخی دیگر در این زمینه قاطعیت چندانی نشان ندهند.



مخاطبان این ژانر– مانند خوانندگان رمان‌های عاشـــقانه – رمان‌های رمزآلود را با ولع خاصی دنبال می‌کنند و به همین دلیل بازار همیشـــه متقاضی جریان تازه‌ای از عناوین جدید کتاب است. ژانر رمزآلود انتخاب خوبی است و گزینه‌های زیادی به شما می‌دهد. شما باید پیش از تلاش برای نوشتن رمان‌های رمزآلود، این ژانر را به‌خوبی مورد مطالعه قرار دهید اما در عین‌حال رمان‌نویســـان ناشناخته شانس خوبی برای کسب موفقیت در این ژانر دارند.

علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز

رمان‌های علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز (SF&F) طرفداران ســـینه‌چاکی دارند که ممکن اســـت مشـــتاقانه مجموعه آثار یک نویســـنده‌ی خاص را دنبال کنند. چندین نمونه از داســـتان‌های پرفروش، از جمله مجموعه‌های *ارباب حلقه‌ها* و *هری پاتر*، از همین ژانر بوده‌اند. شـــما در ژانر علمی ـ تخیلی گزینه‌های زیادی برای نوشتن در اختیار دارید، از رمان‌های پیچیـــده‌ی علمی گرفته تا یک درام بلندبالای فضایی که در منظومه‌ای دور دســـت اتفاق می‌افتد. به همین صورت، ژانر داســـتان خیال‌انگیز هم زیرمجموعه‌های بســـیاری دارد. این دسته از آثار ادبی ظاهراً آمادگی پذیرش ایده‌های بسیار بکر و تازه‌ی زیادی را دارد، پس اگر اندیشه‌ی خیلی عجیب و غریبی برای عرضه دارید، ممکن است رمان شـــما کتاب بعدی‌ای باشـــد که قرار اســـت مثل بمب صدا کند. طبق معمول این کیفیت نوشتار شماست که تعیین‌کننده‌ی موفقیت‌تان خواهد بود.

در هر دوی این ژانرها، علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز، ساختن دنیای داستانی اهمیت بسیار زیادی دارد. این فرایند که *جهان‌سازی* نام دارد از لازمه‌های بی‌چون و چرای این دو ژانر است.



ژانر علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز بزرگ‌ترین ژانر موجود نیست اما خواننده‌های آن به‌طرز استثنائی‌ای وفادارند. پیش از آغاز نوشتن، این ژانر را مطالعه کنید. در ژانر علمی‌ـ‌تخیلی و خیال‌انگیز، حتی نویسنده‌های ناشناخته هم منطقاً به چاپ آثارشان امیدوارند. ناشران خاصی به‌شکل تخصصی رمان‌های علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز چاپ می‌کنند، پس خوب است که بادقت وب‌سایت و فهرست کتاب‌های روزشان را ببینید تا دریابید آن‌ها به چه نوع پروژه‌هایی علاقه نشان می‌دهند.

رمان ترسناک

هدف از رمان ترسناک بازی با ذهن خواننده و ایجاد ترسی جان‌فرسا در او و بعد به‌نحوی برطرف کردن این ترس است. قفسه‌های کتاب‌های ترسناک در کتاب فروشی‌ها احتمالاً از دیگر قفسه‌ها کوچک‌ترند. اما اگر ژانر وحشت، ژانر مورد علاقه‌ی شماست، حتماً آن را پیگیری کنید. استفن کینگ، یکی از بهترین نویسندگان معاصر ما در این ژانر، موفقیت بسیار زیادی را به چشم دیده است.

در داستان ترسناک یکی از دو عنصر شخصیت یا پی‌رنگ نقش برجسته‌ای ایفا می‌کنند، اما شما می‌توانید دنیای داستانی یا درون‌مایه را به ستارگان اثر خود تبدیل کنید. قواعد ژانر وحشت نسبت به قواعد دیگر ژانرها کمی آزادانه‌تر است و از این روست که شما با آزادی بیشتری می‌توانید تعیین کنید که رمان ترسناک باید چطور پیش برود.



رمان ترسناک ژانر کوچکی را می‌سازد. به همین دلیل، سر و صدا به پا کردن در این ژانر ممکن است کمی دشوارتر از بقیه باشد. توانایی شما در خلق یک تجربه‌ی حسی قوی در این ژانر، احتمالاً بیش از هر ژانر دیگری، تعیین‌کننده‌ی میزان موفقیت‌تان است.

رمان عمومی/ادبی

ژانر عمومی/ادبی به داستان‌هایی گفته می‌شود که در هیچ‌یک از ژانرهایی که پیش‌تر از آن‌ها سخن رفت جای نمی‌گیرند. یک رمان زمانی ادبی لقب می‌گیرد که بر اساس شخصیت‌ها و بیان داستان پیش می‌رود، در غیر این‌صورت به آن رمان عمومی می‌گویند. معمولاً رمان ادبی به سبکی بی‌نظیر و زیبا نگاشته می‌شود و بیشتر از رمان عمومی ذهن را درگیر خود می‌کند.

رمان‌های نوشته شده در هریک از ژانرهایی که در فهرست ما آمده‌اند می‌توانند یک رمان ادبی هم باشند. مثلاً شما می‌توانید یک رمان ادبی عاشقانه، مهیج یا رمزآلود بنویسید. در این صورت کتاب شما معمولاً در قفسه‌ی ادبی‌ها جای می‌گیرد، اما همچنان تصمیم نهایی در این مورد توسط کارکنان کتاب‌فروشی گرفته می‌شود؛ البته خیلی چیزها بستگی به نحوه‌ی بازاریابی کتاب شما توسط ناشرتان دارد. ژانر داستان کار پیچیده‌ای است و ما نمی‌توانیم یک قاعده‌ی کلی برای آن به شما یاد بدهیم.

در گروه داستان ادبی/عمومی رقابت زیاد است و کسب موفقیت در آن برای نویسندگان تازه‌کار دشوار خواهد بود. قوانین خیلی کمی درباره‌ی موضوع نوشتار و نحوه‌ی پیشبرد داستان وجود دارد. شما می‌توانید هرچقدر دلتان بخواهد به دنیای داستانی، شخصیت‌ها، پی‌رنگ، درون‌مایه، یا سبک گرایش داشته باشید. شرط اصلی این است که رمان‌تان حقیقتاً فوق‌العاده از آب درآید. رمان‌نویسان خوب فراوانی در تلاش‌اند تا آثار خود را به فروش برسانند و به همین دلیل شما نمی‌توانید یک دست‌نوشته‌ی معمولی یا حتی خوب را بفروشید.

رمان‌های خوبِ بسیاری بر سر جایگاه خود در قفسه‌ی کتاب فروشی با رمان شما خواهند جنگید، به همین علت رمانی که در ژانر عمومی/ادبی چاپ می‌شود ممکن است فروش خوبی نداشته باشد. اما اگر هم حق‌التألیف رمانی که نوشته‌اید اشک حسابدارتان را در بیاورد، ممکن است شما نوشتن در این ژانر را به لحاظ هنری قانع‌کننده بدانید. البته برخی از نویسنده‌ها در این ژانر بسیار موفقند، پس بهترین رمانی را که می‌توانید بنویسید، خلق کنید و ببینید شما را به کجا می‌برد.



کمال مطلق در هنرتان اصلی‌ترین شرط برای فروش رمان‌تان در گروه عمومی/ادبی است. اینکه رمان‌تان "به اندازه‌ی کافی خوب باشد" به اندازه‌ی کافی خوب نیست. ممکن است در صورت ادامه‌ی فعالیت خود در این ژانر هرگز موفق به ترک شغل روزانه‌ی خود نشوید، اما به احتمال زیاد، برای فردی که هر روز صبح توی آینه می‌بینید، احترام فراوانی قائل خواهید بود.

چه بر سر رمان‌های تاریخی آمد؟

رمان تاریخی رمانی اســت کــه وقایع آن در روزگاری بســیار دورتر از زمان انتشار آن رخ می‌دهد. مثلاً اگر شــما داستانی بنویسید که در جنگ جهانــی اول اتفاق افتــاده، به آن رمان تاریخی می‌گویند؛ اما رمانی که در سال ۱۹۱۸ درباره‌ی وقایع همان سال نوشته شده باشــد، دیگر رمان تاریخی نیســت. مرز بین رمان معاصر و تاریخی کمی باریک است، اما شاید اگر بگوییم داســتان رمان تاریخی باید به "بیش از ۵۰ ســال پیش" بازگردد توانسته باشیم حق مطلب را ادا کنیم.

اگر رمان‌های تاریخی را دوســت دارید، باید حواس‌تان باشــد که کتاب‌فروشی‌های کمی هســتند که قفســه‌ای به این نــوع از رمان اختصاص می‌دهند. بنابراین بهتر است برای نوشتن، از یک ژانر یا گروه دیگر استفاده کنید و واژه‌ی تاریخــی را جلوی عنوان آن اضافه کنید. این کار را می‌توانید با اکثر ژانرها انجام دهید. نگاهی به برخــی از مثال‌های موجود از رمان‌هــای تاریخی موفــق در هریک از گروه‌های دیگر بیندازید.

رمان‌های تاریخی عاشقانه:

✓ *بر باد رفته*، نوشــته‌ی مــارگارت میچل، وقایع جنوب آمریکا در جریان جنگ‌های داخلی را بــا جزئیات فوق‌العــاده ظریف روایت می‌کند.

✓ *خارجی*، نوشــته‌ی دایانا گابالدون، روایت موشــکافانه‌ی جریان شــورش هواداران جیمز فرانســیس ادوارد در اسکاتلند قرن هجدهم است.

رمان‌های تاریخی مهیج:

✓ *خدای رودخانه*، نوشته‌ی ویلبر اسمیت، یک رمان رمزآلود میخکوب کننده است که در مصر و در قرن ۱۸ پیش از میلاد مســیح – زمان حمله‌ی هیکسوس – رخ می‌دهد.

✓ *ستون‌های زمین*، اثر کن فولِت، حکایت ساخت یک کلیســای جامع در انگلستان قرن ۱۲ است.

رمان‌های تاریخی رمزآلود:

✓ *خاصیت بخشــایش*، نوشــته‌ی فــِـی کِلِــرمن که از ویلیام شکسپیر به‌عنوان یکی از شخصیت‌هایش استفاده کرده است.

✓ *بازوان الهه‌ی انتقام*، از اســتیون ســِیلور داستان یک کارآگاه در روم باستان است.

رمان تاریخی علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز:

✓ *تالیســِــن*، نوشته‌ی استفن آر. لاهــــد (همــراه با دنباله‌هایش، مرلین و آرتور) در بریتانیای زمان شاه آرتور اتفاق می‌افتد.

✓ *موتور تفاوت*، اثر ویلیام گیبســــن و بروس استرلینگ، برداشــت تاریخی متفاوتی از لنــدن در دهه‌ی ۱۸۵۰ اســت که در آن چارلز بابِج کامپیوتر مکانیکی خود، یعنی موتور تفاوت، را ساخته است.

رمان عمومی تاریخی:

✓ *اولین نفر در روم*، نوشته‌ی کالین مک‌کالو – همراه با دنباله‌هایش – در روم باستان اتفاق می‌افتد.

✓ *قبیله‌ی خرس غارنشین*، نوشته‌ی جین اوْل – همراه با چندین دنباله‌اش – در اروپای عصر یخبندان اتفاق می‌افتد.

رمان ادبی تاریخی:

✓ *چادر سرخ*، اثر آنیتا دایمانت، داستان زنی است در خانواده‌ی یعقوب که در کتاب مقدس از او سخن رفته است.

✓ *نام گل سرخ*، نوشته‌ی اومبرتو اِکو، رمانی درباره‌ی قتل‌های سریالی است و در یک دیر ناشناخته در ایتالیای قرن ۱۴ رخ می‌دهد. این رمان یک داستان تاریخی رمزآلود و ادبی است، اما معمولاً کتاب فروشی‌ها آن را در قفسه‌ی رمان‌های مهیج قرار می‌دهند. خودتان حساب کنید.

✓ *دختری با گوشواره‌ی مروارید*، اثر تریسی چِوالیر، در منزل یان ورمیر، هنرمند قرن هِفده، اتفاق می‌افتد.

شما می‌توانید رمان تاریخی خود را بفروشید اما اول باید آن را در یکی از گروه‌های داستانی تثبیت‌شده بگنجانید. آفرینش یک رمان تاریخی امتیاز بسیار خوبی برایتان به ارمغان می‌آورد: با خلق یک دنیای داستانی بی‌همتا و خیره‌کننده، می‌توانید به ژانر اصلی رمان‌تان شور بیفزایید.

درک گروه‌های داستانی مخاطب‌محور

در برخی موارد، گروه داستانی اصلی رمان شما بیشتر توسط مخاطبان مورد نظر آن تعیین می‌شود تا نوع داستانی که می‌نویسید. (برای اطلاعات بیشتر در زمینه‌ی انتخاب مخاطب، قسمت "تعریف خواننده‌ی ایده‌آل‌تان" که کمی پیش‌تر به آن پرداختیم را مطالعه کنید.) نگاهی به برخی از این گروه‌های داستانی بیندازید.

داستان الهام‌بخش

ناشران مذهبی مسیحی بیشترین رمان‌های الهام‌بخش را منتشر می‌کنند و به همین دلیل مردم دو عبارت داستان مذهبی و داستان الهام‌بخش را به‌جای هم استفاده می‌کنند. معمولاًدر این گروه داستانی یک یا چند شخصیت در مسیر سفر عرفانی/ روحانی خود توصیف می‌شوند.

بازار رمان‌های مذهبی در جهان نشر سریع‌ترین رشد را در سال‌های اخیر داشته است. این گروه – به‌عنوان گروهی با رشد بالا – به‌خوبی پذیرای نویسندگان جدید است.

ناشران مسیحی پذیرای داستان‌هایی از تمام ژانرها هستند (به قسمت "ژانرها: نگاهی به طبقه‌بندی آثار، بر اساس محتوای آن‌ها" مراجعه کنید). دقت کنید که زیرمجموعه‌های خاصی – عاشقانه، داستان زنان، معمایی و عاشقانه‌ی تاریخی – بر این بازار چیره هستند. رمان‌های رمزآلود موفقیت نسبتاً خوبی دارند. رمان‌های خیال‌انگیز، علمی‌ـتخیلی،

ترسناک و ادبی برای به فروش رسیدن راه سختی در پیش دارند، اما با وجود این در میان آن‌ها نمونه‌های موفق هم وجود داشته است.

زیرمجموعه‌های عاشقانه و رمزآلود با معیارهای پی‌رنگی بسیار دقیقی تعریف شده‌اند، اما دیگر زیرمجموعه‌های رمان‌های الهام‌بخش شما را تا حد زیادی در خلق داستان آزاد می‌گذارند. در ژانر مذهبی یا الهام‌بخش، ناسزاگویی یا توصیف‌های احساسی شورانگیز تقریباً هرگز مجاز نیستند (البته امکان وقوع آن‌ها خارج از صحنه‌ی نمایش داستان وجود دارد).



اگر تصمیم بگیرید داستان الهام‌بخش بنویسید، به اندازه‌ی کافی در قالب این ژانر مطالعه کنید تا به‌خوبی بدانید ذکر چه مسائلی در آن مجاز است. شما باید جهان‌بینی خواننده‌ی خود را درک کنید و به آن احترام بگذارید. قوانین نانوشته‌ی بازار را بادقت مطالعه کنید.

داستان زنان

داستان زنان شامل رمان‌هایی است که به‌طور خاص طبق علائق خانم‌ها نوشته شده‌اند. داستان زنان می‌تواند راجع‌به عشق (نافرجام یا برعکس)، دوستی، یا دیگر مسائل مربوط به زنان باشد. این رمان‌ها می‌توانند پایانی خوش یا غمگین داشته باشند. تنها قاعده‌ی حقیقی درباره‌ی داستان زنان این است که این نوع داستانی باید با مسائل مربوط به زنان سر و کار داشته باشد.

این گروه داستانی، بسیار گسترده است و با گروه‌های داستانی عاشقانه و عمومی/ادبی هم‌پوشانی دارد. همان‌طور که در قسمت قبل اشاره کردیم، داستان زنان در قالب داستان‌های مذهبی (مسیحی) محبوبیت زیادی دارد. کتاب‌فروشی‌ها ممکن است تصمیم بگیرند کتاب‌های داستان زنان را در قفسه‌های هر یک از این گروه‌های داستانی دیگر قرار دارند.

آیا شما برای نوشتن داستان‌های زنان باید حتماً خانم باشید؟ نخیر، اما ما فکر می‌کنیم زن بودن به نوشتن این نوع داستان کمک می‌کند. کاری که باید انجام دهید برقراری ارتباط خوب با خواننده‌هاست، که به شکل باورنکردنی‌ای خانم هستند. اگر قلم خوبی داشته باشید، شانس چاپ اثرتان در این گروه داستانی و احتمال به‌دست آوردن مقادیر زیادی پول برایتان افزایش می‌یابد.

داستان کودک

داستان کودک شامل داستان‌هایی برای تمام افراد زیر ۱۲ سال است. چندین طیف سنی و ناشران گوناگون و متعددی در این گروه داستانی وجود دارند. داستان کودک زمینه‌ی

کاری بسیار شناخته شده‌ای است و در آن برای هر گروه سنی قوانین مختلفی وجود دارد.

گروه داســـتانی کودکان دارای چند زیرمجموعه است. بهترین کاری که می‌توانید بکنید مطالعه‌ی وب‌ســـایت‌های ناشرانی اســـت که نوع کتاب خاصی را که شما دوست دارید بنویسید، چاپ می‌کنند. آن‌ها می‌توانند نشان‌تان دهند چه معیارهایی برای کار مهم است.



شما باید به مخاطب‌تان احترام بگذارید. کودکان می‌فهمند کی با آن‌ها از موضع برتری صحبت می‌شـــود. معیارهای خود را بادقت تعریف کنید و بعد تکلیف‌تان را انجام دهید. شما باید داستان کودکان را بادقت بسیار زیادی مطالعه کنید تا بعداً بتوانید برای نوشتن آن دست به‌کار شوید.

برای اطلاعات بیشـــتر درباره‌ی داســـتان کودکان (و نوجوانان) بد نیست کتاب نوشتن *داستان‌های کودکانه* از ســـری کتاب‌های دامیز، نوشته‌ی لیسا روجانی و پیتر اکونومی (نشر وایلی) را مطالعه کنید.

داستان نوجوانان

داستان نوجوانان (YA) معمولاً برای گروه سنی ۱۲ تا ۱۸ سال نوشته می‌شود. این حوزه، مانند حوزه‌ی داســـتان کودکان، بسیار گســـترده و تخصصی است و شما باید برای وارد شدن به آن، کتاب‌های موجود را خوب مطالعه کنید.

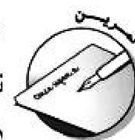
داســـتان نوجوانان دامنه‌ی گسترده‌ای دارد و ژانرهای زیر پرچم آن چندان دقیق تعریف نشده‌اند. بنابراین شما آزادید که پا پیش بگذارید و طرحی نو در اندازید؛ کاری که جِی. کِـــی. رولینگ و استفانی مِیِر به‌ترتیب در مجموعه‌های هری پاتر و گرگ و میش به آن پرداخته‌اند.

شـــما می‌توانید داســـتان نوجوانان را در قالب اکثر ژانرهای موجود برای بزرگســـالان بنویســـید (مثلاً عاشـــقانه، مهیج، رمزآلود، علمی ـ تخیلی، خیال‌انگیز یا ترسناک). اگر تصمیم بگیرید که در یکی از این ژانرها بنویســـید، چند نمونه از کتاب‌های مشابه را به همراه توصیه‌های ناشران مورد نظرتان، بخوانید.



نوجوانان عملاً بزرگســـال محسوب می‌شوند اما به نسل شما تعلق ندارند. احتمالاً شما در نظر آن‌ها یک آدم مهجور هســـتید. به همین دلیل باید به‌قدری با آن‌ها زمان سپری کنید که زبان و فرهنگ‌شان را درک کنید.

انتخاب گروه و زیرگروه‌تان



قسمت‌های قبلی گروه‌های داستانی مهم را به تفصیل بررسی کردند. پیش از آنکه شما نوشتن رمان خود را آغاز کنید، باید دو تصمیم مهم بگیرید. یک تکه کاغذ بردارید و به دو سؤال زیر پاسخ دهید:

- ✓ گروه داستانی اصلی کتاب شما چیست؟
- ✓ زیرگروه خاص کتاب شما چیست؟

در این مورد همین حالا تصمیم بگیرید تا وقتی ۴۰۰ صفحه نوشته را با عرق جبین آماده کردید، بعد به این نتیجه نرسید که کتاب‌تان به هیچ گروه داستانی قابل تشخیصی تعلق ندارد و مخاطب خاصی هم برایش موجود نیست.



پس از آنکه گروه داستانی خود را انتخاب کردید، در آن زمینه به‌قدری رمان بخوانید که به یک کارشناس تبدیل شوید. باید بتوانید تشخیص دهید که چه کاری شانصدهزار بار انجام شده و چه کاری نو و بکر تلقی می‌شود. ما نمی‌توانیم چنین اطلاعاتی به شما بدهیم؛ وظیفه‌ی شماست که بخوانید، بخوانید و بخوانید تا زیر و بم گروه داستانی مورد علاقه‌تان را در آورید.

پیدا کردن شروط لازم برای گروه داستانی‌تان

گروه‌های مختلف لوازم مختلفی را می‌طلبند. در قسمت‌های پیش‌تر این فصل، درباره‌ی شناسایی گروه داستانی، زیرگروه داستانی، و مخاطب خاص شما سخن گفتیم. حالا از شما می‌خواهیم چندین نویسنده را که دوست دارید پا جای پای آن‌ها بگذارید، معرفی کنید. اگر تمرین‌های قبلی را انجام نداده‌اید، حالا انجام‌شان دهید، زیرا در این قسمت از اطلاعات حاصل از آن تمرین‌ها، برای درک شروط لازم نوشتن کتاب‌تان استفاده خواهید کرد.

فهرست شروط زیر را برای رمان‌تان بنویسید و همزمان با خواندن این قسمت، جاهای خالی را پر کنید:

- ✓ شمار واژگان:
- ✓ تعداد شخصیت‌های اصلی:
- ✓ سطح قابل‌قبول عناصر زیر در داستان (در مقیاس ۰ تا ۱۰)
  - تنش عاطفی: ______________

- نفس‌گرایی: ________
- طنز: ________
- عرفان: ________
- ناسزا: ________
- کنش داستانی/ ماجراجویی: ________
- خشونت: ________
- تعلیق: ________
- معما: ________

✓ محرک احساسی: ________________

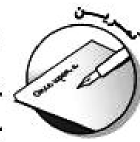
تنظیم شمار واژگان

رمان‌های بزرگسالان معمولاً بین ۶۰۰۰۰ تا ۱۲۰۰۰۰ واژه (یا بیشتر) دارند. یک رمان با حجم متوسط حدود ۸۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰ واژه دارد. این طیف‌ها بسیار گسترده‌اند و به همین علت ممکن است فکر کنید نیازی نیست نگران شمار واژگان‌تان باشید. شاید؛ شاید هم نه.

برخی از ناشران در مورد شمار واژگان بسیار سخت‌گیرند. این مسئله خصوصاً در مورد انواع تخصصی رمان‌های عاشقانه صدق می‌کند که در آن‌ها ممکن است تعداد صفحات بادقت تعیین شده و نویسنده به هیچ عنوان اجازه‌ی تخطی نداشته باشد. اگر مشغول نوشتن رمان عاشقانه هستید، ممکن است از قبل شمار خاصی را مد نظر قرار داده باشید. همین حالا شرایط ناشر را روی وب‌سایت او پیدا کرده و شمار واژگان لازم برای رمان‌تان را مشخص کنید.

سایر گروه‌های داستانی‌ای که ممکن است شمار واژگان دقیقی از شما بخواهند رمان‌های رمزآلود و علمی ـ تخیلی هستند که تعداد کلمات‌شان از قبل مشخص شده است. اگر می‌خواهید یکی از این دو نوع رمان را بنویسید نیز باید سری به وب‌سایت ناشران بزنید.

رمان‌های کودکان عموماً کوتاه‌تر از رمان‌های بزرگسالان است و رمان‌های جوانان هم از همین قاعده تبعیت می‌کنند. اما در موارد خاص، این رمان‌ها می‌توانند بسیار طولانی باشند. هری *پاتر و محفل ققنوس*، نوشته‌ی جِی. کِی. رولینگ از ۲۵۵۰۰۰ واژه تشکیل شده بود.



در هر گروه داستانی‌ای که انتخاب می‌کنید، می‌توانید یک کتاب را الگوی تعداد واژگان خود قرار دهید. یک صفحه متن کامل را از میانه‌ی فصل اول کتاب انتخابی‌تان پیدا کنید و تعداد واژگان موجود در آن صفحه را بشمارید. رقم حاصل را در تعداد صفحات کتاب ضرب کنید. عدد نهایی را طوری گرد کنید که بر ۵۰۰۰ بخش‌پذیر باشد.

مثلاً فرض کنید روی صفحه‌ی دوم ۳۲۱ واژه وجود دارد و کتاب ۴۱۸ صفحه دارد. حاصل ضرب ۳۲۱ و ۴۱۸ می‌شود ۱۳۴/۱۷۸. گرد کردن این عدد طوری که بر ۵۰۰۰ بخش‌پذیر باشد، عدد ۱۳۵۰۰۰ را به ما می‌دهد. این عدد را به‌عنوان شمار واژگان مورد نظر خود یادداشت کنید. (راستی! عجب کتاب عریض و طویلی از آب در آمد!)

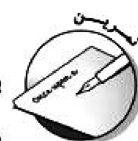
حکایت از شخصیت‌های اصلی

رمان شما گروه خاصی از شخصیت‌ها را بیشتر در معرض دید قرار می‌دهد. اگر تعداد شخصیت‌های اصلی‌تان خیلی کم است، ممکن است خطّ داستانی‌تان به اندازه‌ی کافی متراکم نباشد. اگر تعداد شخصیت‌ها زیاد باشد نیز ممکن است داستان‌تان زیادی آبکی و خواننده‌هایتان هم حسابی گیج شوند. لازم نیست پیش از شروع به نوشتن تعداد مشخصی شخصیت اصلی داشته باشید. اما حتماً باید تعداد شخصیت منطقی برای گروه داستانی انتخابی مورد نظرتان را بدانید.

چند تا شخصیت می‌توان داشت؟ طبعاً حداقل تعداد شخصیت ممکن یک نفر است، اما اکثر رمان‌ها بیش از یک شخصیت دارند. حداکثر تعداد شخصیت‌ها هم می‌تواند خیلی زیاد باشد. رمان *پدرخوانده* حداقل ده شخصیت اصلی داشت. *ارباب حلقه‌ها* هم دوازده شخصیت اصلی را در خود گنجانده بود.

دوباره تأکید می‌کنیم که خیلی چیزها به گروه داستانی انتخابی شما بستگی دارد. اگر در حال نوشتن یک رمان عاشقانه هستید، احتمالاً به یک قهرمان مرد و یک قهرمان زن نیاز دارید و همچنین یک شخصیت تبهکار یا یک معشوق احتمالی. این‌ها می‌توانند تمام شخصیت‌هایی باشند که نیاز دارید (چنین شخصیت‌هایی برای خلق یک مثلث عشقی کلاسیک کفایت می‌کنند)، اگرچه شخصیت‌های کم‌اهمیت زیادی هم در داستان خواهید داشت.

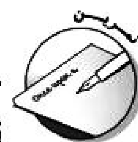
از سوی دیگر اگر قصد دارید رمانی رمزآلود بنویسید، به یک جنازه و یک کارآگاه نیاز دارید. همچنین باید چندین مظنون، تعدادی دوست و رفیق برای کارآگاه‌تان و چند تا هم خلاف‌کار داشته باشید. این‌ها می‌توانند تعداد شخصیت‌های مهم داستان شما را به یک دو جین برسانند.



چند کتاب، مشابه کتابی که می‌خواهید بنویسید، در نظر آورید. آن‌ها چند کاراکتر اصلی دارنـــد؟ دو تا؟ پنج تا؟ ده تا؟ عددی را انتخاب کنید که منطقی به‌نظر می‌رســـد و آن را یادداشـــت کنید. (توجه: اگر به نقش‌هایی که بـــه آن‌ها نیاز دارید فکر کنید [قهرمان‌ها، خلاف‌کارها، شـــخصیت‌های مکمل و غیره]، بهتر می‌فهمید که به چند شخصیت نیاز خواهید داشت. برای اطلاعات بیشتر به فصل ۷ مراجعه کنید.)

تعیین سطح اعمال داستانی، صحنه‌های احساسی و از این قبیل چیزها

خواننده‌های گروه‌ها و زیرگروه‌های داســـتانی مختلف درباره‌ی چیزهایی که می‌تواند در یک رمان وجود داشته باشـــد نظرات متفاوتی دارند. شما باید از قبل درباره‌ی انتظارات خواننده‌ها فکر کنید. اگر رمانی بنویســـید که برای مخاطب‌تان قابل‌قبول نیست، آنگاه ناشـــر هم اهمیتی به این نمی‌دهد که آیا رمان از نظر شمای نویسنده قابل‌قبول است یا خیر؛ کار ناشر فروختن کتاب‌هاست.



هدف از این تمرین حصول اطمینان از این اســـت که شما – پیش از نوشتن کتاب‌تان – می‌دانید چه مطالبی از نظر خواننده‌ی گروه داســـتانی‌ای که در قالب آن می‌نویســـید قابل‌قبول محسوب می‌شوند. این تمرین می‌تواند شما را از تحمل رنج و زحمت بیهوده نجـــات دهد؛ به همیـــن دلیل انجام آن در این لحظه ارزش وقت‌تـــان را دارد. در ادامه خواهید دید که چطور می‌توان به انتظارات خوانندگان پی برد و معیارهایی برای نوشتن یک رمان تعیین کرد:

۱. جنبه‌های مختلف داســـتانی، شامل تنش عاطفی، حساسیت، طنز، معنویت، زبان ناسزا، اعمال/ماجراها، خشونت، تعلیق و معما را درک کنید.

در ادامه‌ی این قسمت درباره‌ی این جنبه‌های داستانی بحث خواهیم کرد.

۲. بدانید که دیگر رمان‌های موجود در گروه داستانی انتخابی شما چقدر از این جنبه‌ها بهره می‌برند.

از کجا می‌شـــود فهمید که قواعد رسمی‌ای که قابل‌قبول بودن مسائل را تعیین می‌کنند کدامند؟ نمی‌شـــود چنین چیزی را فهمید. به همین دلیل است که باید دیگر کتاب‌های موجود در گروه داســـتانی انتخابی‌تان را مطالعه کنید. در خلال خواندن آن‌ها قوانین نانوشته‌ای را که همه از آن‌ها آگاهند یاد بگیرید.

ما دوســـت داریم در هر جنبه‌ی داستانی، به کتاب‌ها نمره‌ای بین ۰ تا ۱۰ بدهیم. مثلاً میزان خشـــونت موجود در کتاب غرور وتعصب بســـیار کم است و ما به آن نمره‌ی ۰ می‌دهیم. اما تنش عاطفی در آن زیاد است و در این زمینه از ما نمره‌ی ۱۰ می‌گیرد.

توجه: سـعی کنید کمیت را اندازه بگیرید نه کیفیت را. مثلاً میزان خشـونت در فیلم *کازابلانکا* متعادل است و ما به آن نمره‌ی ۵ می‌دهیم. اما میزان خشونت در رمبو خیلی بیشـتر است و نمره‌ی ۱۰ به آن داده می‌شود. کمیت خشونت در هر فیلمی با توجه به انتظارات بینندگان آن تعیین می‌شود و به همین دلیل می‌توان اسـتدلال کرد که کیفیت خشـونت در همه‌ی فیلم‌های این‌چنینی بالاست. اما هرگاه کیفیت مسئله‌ساز شود بحث بالا می‌گیرد و ما در اینجا ترجیح می‌دهیم از این مبحث دوری کنیم.

۳. تصمیم بگیرید که چه مقدار از هر جنبه‌ی داسـتانی برای خواننده‌ی شـما قابل‌قبول است.

معمولاً شما طیفی از ارزش‌ها را برای داستان خود تعیین می‌کنید. مثلاً اگر رمان عاشقانه می‌نویسـید، خواننده انتظار دارد تنش عاطفی زیاد باشد، پس شما این جنبه را با نمره‌ی ۹-۱۰ در داسـتان می‌گنجانید. در گروه‌های داستانی خاصی، خوانـنـده به برخی از جنبه‌ها اهمیـت چندانی نمی‌دهد و به همین علت می‌توان مقدار این جنبه‌ها را به‌طور کامل (از ۰ تا ۱۰) در نظر گرفت.

آیا می‌توانید هنگام نوشـتن محدوده‌ی قابل‌قبول بودن را گسـترش دهید؟ بله، البته. محدوده را وسـعت ببخشـید اما مرزهای آن را از بین نبرید. اگر به‌درستی نمی‌دانیـد که مرزها کجا قرار دارند، در قالب گروه داسـتانی خود کمی بیشـتر مطالعه کنید یا با نویسـندگان، نماینده‌های ادبی، یا ویراستاران با تجربه مشورت کنید.

حالا نگاهی به فهرسـت زیر بیندازید. در این فهرست جنبه‌های داستانی تعریف شده‌اند و یک ایده‌ی کلی از گروه‌های داسـتانی‌ای که وجود مقادیر زیاد یا کم این جنبه‌ها در آن‌ها ضرورت دارد ارائه داده شده است:

- ✓ **تنش عاطفی:** *تنش عاطفی* یعنی امکان وقوع عشـق در یک داستان. رمان‌های عاشقانه و داستان‌های زنان معمولاً به مقادیر زیادی تنش عاطفی نیاز دارند. اکثر ژانرهای دیگر مقادیر متفاوتی از این جنبه را قابل‌قبول تلقی می‌کنند (کم، زیاد و مابین این دو). داستان کودکان معمولاً تنش عاطفی بسیار اندکی دارد.
- ✓ **طنز:** به هر چیز خنده‌دار *طنز* می‌گویند. اکثر داستان‌ها با اندکی چاشنی طنز، بهتر جلوه می‌کنند، اما گنجاندن طنز در داستان ترفند خاصی می‌طلبد، چون سلیقه‌ی افراد در این زمینه متنوع اسـت. گروه‌های داستانی مختلف، طیف وسیعی از این جنبه را در خود می‌گنجانند. این تنها جنبه‌ی داستانی‌ای است که شما درباره‌اش تصمیم می‌گیرید و با اسـتفاده از آن – فارغ از نوع داستانی که می‌نویسید – پا روی انتظارات خواننده نمی‌گذارید.

- ✓ **معنویت:** *معنویت* یعنی تعالی و فراتر رفتن از دنیای مادی. در اکثر گروه‌های داستانی میزان کمتر معنویت به مقادیر زیاد آن ترجیح داده می‌شود. اما رمان‌های مذهبی معمولاً درصد معنویت بالایی دارند (تا جایی که این جنبه از تاریخ مسیحیت تبعیت کند). داستان‌های ادبی معنویت را، از هر مایه‌ای که باشد، می‌پذیرند، البته این در صورتی است که معنویت به‌کار رفته در خطّ داستانی کیفیت ادبی استانداردی داشته باشد. بعضی از زیرگروه‌های خیال‌انگیز هم به سطح بالای معنویت گرایش دارند که این جنبه در آن‌ها به اشکال نامتعارفی اجرا می شود.
- ✓ **ناسزا:** *زبان دشنام* زبانی نتراشیده و زمخت است که در آن از ناسزا استفاده می‌شود. این روزها اکثر خوانندگان گروه‌های داستانی گوناگون پذیرای چنین زبانی هستند. استثناهای بدیهی این مورد داستان‌های کودکان و رمان‌های مذهبی است که استفاده از چنین زبانی در آن‌ها به‌کلی ممنوع است. خوانندگان رمان‌های نظامی و انواع خاصی از داستان‌های مهیج و جنایی عموماً انتظار دشنام‌های زیادی دارند.
- ✓ **اعمال داستانی / ماجراجویی:** *اعمال داستانی* یا *ماجراجویی* یعنی گنجاندن هیجان در قالب تصادف اتومبیل، سوختن ساختمان، گذشتن خطر مرگ از بیخ گوش شخصیت‌ها، انفجار هلیکوپتر و تیراندازی. این جنبه از داستان‌نویسی لزوماً با خشونت – به معنای آسیب جسمانی – همراه نیست. برخی از گروه‌های داستانی مانند رمان‌های مهیج و دیگر انواع رمان‌های رمزآلود به ماجراجویی زیادی نیاز دارند. دیگر گروه‌ها، مانند داستان‌های زنان و رمان‌های عاشقانه انتظار ماجراجویی بسیار کمتری دارند. بیشتر گروه‌های دیگر طیف وسیعی از ماجراجویی را می‌پذیرند.
- ✓ **خشونت:** *خشونت* عبارت است از آسیب جسمانی، خون، شکستگی استخوان، یا مرگ. خشونت، درست مثل ماجراجویی، علاوه بر پذیرفته بودن در رمان‌های مهیج و رمزآلود، مورد انتظار هم هست. درصد پذیرش خشونت در رمان‌های عاشقانه، داستان‌های زنان، داستان‌های مذهبی (مسیحی) و داستان کودک بسیار پایین‌تر است. دیگر گروه‌های داستانی ممکن است طیف وسیعی از خشونت را بپذیرند.
- ✓ **تعلیق:** *تعلیق* یعنی انتظار وقوع امری وحشتناک. این جنبه با ماجراجویی و خشونت فرق می‌کند. فیلم *شاهد* مثال خوبی است از داستانی که در عین‌حال‌که ماجراجویی یا خشونت چندانی در آن وجود ندارد، پر از تعلیق است. داستان‌های مهیج و رمزآلود عموماً دارای سطح بالایی از تعلیق هستند. داستان‌های عاشقانه، زنان و کودکان تعلیق بسیار کمی دارند (به استثنای رمان‌های رمزآلود عاشقانه).

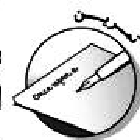
سایر گروه‌های داستانی طیف وسیعی از تعلیق را می‌پذیرند.

✓ **معما:** *معما* یک راز، رمز یا پیچیدگی گشایش‌نیافته است که نیازمند راه‌حل است. بدیهی است که رمان‌های رمزآلود بیشتر به این جنبه نیاز دارند. در رمان‌های مهیج هم معماهای زیادی وجود دارد (وقتی که خواننده نمی‌داند شخصیت منفی کیست)، اما این نوع رمان می‌تواند عاری از معما هم باشد (وقتی خواننده قهرمان داستان و شخصیت منفی را به یک اندازه می‌بیند). از آنجا که هر راز فاش نشده‌ای به خلق جوی معماگونه کمک می‌کند، این جنبه از داستان‌نویسی در تمام گروه‌های داستانی – حتی در داستان‌های کودکان یا رمان‌های عاشقانه که رازهای خانوادگی دفن شده، مایه‌ی اصلی داستان هستند – پذیرفتنی است. اما معما فقط در رمان‌های رمزآلود یکی از شروط الزامی محسوب می‌شود.

می‌پرسید چرا ما یک جدول از طیف‌های قابل‌قبول برای تمام گروه‌های داستانی ارائه نمی‌دهیم؟ چون نمی‌توانیم. زیرگروه‌های زیادی وجود دارند که هیچ‌کس اصلاً قادر به دنبال کردن سلایق و علایق مخاطبان آن‌ها (آن هم با توجه به گروه‌های سنی مختلف‌شان) نیست. کار شما به‌عنوان نویسنده این است که مخاطب و گروه داستانی مورد نظرتان را تعیین کنید (همان‌طور که در آغاز این فصل توضیح دادیم)، جایگاه کوچک خودتان را در بازار مورد بررسی قرار دهید و به‌تنهایی مرزهای موجود را کشف و درک کنید.

شناسایی محرک حسی داستان‌تان

هدف داستان‌نویسی اهدای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده است. بنابراین هر داستانی باید یک یا چند محرک حسی داشته باشد (محرکی که حس‌هایی را که می‌خواهید در خواننده‌تان برانگیزید بیدار کند). تهیه‌ی فهرست بلندی از محرک‌های احتمالی آسان است: عشق، هوس، ترس، وحشت، حسادت، خشم، انتقام، آز، اندوه، گناه و غیره.



تصمیم بگیرید که رمان شما قرار است چه احساساتی را انتقال دهد. دو یا سه احساس را انتخاب کنید. این احساسات باید با گروه داستانی‌تان تناسب داشته باشند، اما انتخاب احساسات بسیار متفاوت هم اشکالی ندارد. یکی از این احساسات باید حالت پایه داشته باشد و احساسات دیگر برای جذاب‌تر شدن اضافه شوند. یادتان باشد که داشتن محرک‌های بسیار، همان‌قدر بد است که داشتن محرک‌های کم. پس خودتان را محدود کنید. می‌توانید برخی از این حس‌ها را برای رمان بعدی‌تان نگه‌دارید.

شرط اصلی این است که اگر شما در گروه داستانی‌ای می‌نویسید که نیازمند یک محرک احساسی خاص است، در این صورت آن محرک احساسی خاص، محرک پایه‌ی داستان شما خواهد بود. اگر رمان عاشقانه می‌نویسید، عشق باید محرک

اصلی‌تان باشـــد. اگر رمان مهیج می‌نویســـید باید از ترس یا وحشت به‌عنوان محرک اصلی اســـتفاده کنید. به جز این محدودیت، شـــما آزادید هـــر ترکیبی از محرک‌های احساســـی‌ای را که دل‌تان می‌خواهد به‌کار گیرید (مادامی‌که همه‌ی آن‌ها در قالب ژانر یا گروه داســـتانی‌تان قابل‌قبول باشند). برای مثال از محرک هوس نمی‌شود در داستان کودک یا رمان مذهبی استفاده کرد؛ همچنین، اندوه و افسردگی در یک رمان جاسوسی جیمز باند مانند نمی‌تواند شما را به جای خوبی برساند.

فصل ۴

چهار راه برای نوشتن یک رمان عالی

در این فصل

- نوشتن پیش از تصحیح کردن
- بررسی چهار الگوی خلاقانه برای کامل کردن یک رمان
- درک چرایی اهمیت الگوی نوشتاری شما
- پیدا کردن و بهره‌گیری از الگوی نوشتاری مناسب برای شما

معمـــولاً رمان‌ها چند بار پیش‌نویس می‌شـــوند و نویســـنده‌ها هم تأییـــد می‌کنند که پیش‌نویس اول لازم نیســـت حتماً بی‌نقص باشد. بســـیاری از نویسنده‌ها خیلی رُک و پوست‌کنده به شـــما خواهند گفت که اولین پیش‌نویس اثرشان جنایتی در حق بشریت اســـت. اما آن‌ها به هر حال این پیش‌نویس اول را می‌نویسند، چون هیچ‌کس نمی‌تواند بدون نوشـــتن پیش‌نویس اول، نسخه یا پیش‌نویس دومی بنویسد. پس اولین کاری که به‌عنوان یک نویســـنده انجام می‌دهید باید این باشد که به خودتان اجازه‌ی نوشتن یک پیش‌نویس اولیه‌ی مزخرف را بدهید.

دقت کنید که بیش از یک راه برای نوشتن پیش‌نویس اولیه و تبدیل آن به متن کامل و پخته وجود دارد. شما باید الگوی نوشتاری خلاقانه‌ای را که برایتان کاملاً مناسب است پیدا کنید. منظور ما از الگوی (نوشـــتاری) خلاقانه شیوه‌ای است که از آن برای نوشتن پیش‌نویس اولیه و ویرایش آن – به همراه ســـایر یادداشـــت‌ها – استفاده می‌شود تا در نهایت کامل‌ترین متن ممکن نوشته شود.

ممکن اســـت از کشف این موضوع که نویســـندگان مختلف دارای الگوهای نوشتاری مختلف هستند حسابی تعجب کنید. بعضی‌ها همه چیز را با ظرافت برنامه‌ریزی می‌کنند، اما بعضی‌ها به یکباره وارد گود می‌شـــوند و شـــروع به تایپ می‌کنند. ما در این فصل تعدادی از شـــیوه‌های کار نویسندگان باتجربه را با دقت واکاوی می‌کنیم و ایده‌هایی در اختیارتان می‌گذاریم که به کمک آن‌ها می‌توانید الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی خود را پیدا کنید. در تحلیل نهایی، الگوی خلاقانه‌ی مناسب همانی است که جوابگوی نیاز شماست.

به خودتان مجال مزخرف نوشتن بدهید

روزی که می‌نشینید تا نوشتن اولین رمان‌تان را آغاز کنید به یک واقعیت عمیق درباره‌ی خودتان پی می‌برید. بعضی از نویسنده‌ها صفحه‌ی سفید مقابل خود را با کلمات بمباران می‌کنند و مشتاقانه به‌دنبال این هستند که داستان‌شان را به‌سرعت نور به پایان برسانند. سـایر نویسنده‌ها به اولین صفحه‌ی خالی خیره می‌شـوند و در وحشت نوشتن مطلبی نادرست می‌ماسند. شما در کدام دسته جای دارید؟



پرهیز از ویرایش

اگر نمی‌توانید بدون درگیر شـدن با ویرایش نوشـتارتان، به‌صورت خلاق به نوشـتن ادامه دهید، از یکی از شـیوه‌های زیر برای ترک این عادت کمک بگیرید:

- ✓ اولین پیش‌نویس را روی کاغذ بنویسـید. ویرایش دست‌نوشـته دشـوارتر است و به همین دلیل شاید کمتر وسوسه شوید.
- ✓ یک گلوله پنبـه روی کلید Backspace صفحه کلید خود بگذارید تا یادتان بیندازد که نباید کارتان را ویرایش کنید.
- ✓ با خودتان مسـابقه بگذارید که ۵۰۰ کلمه را با بیشترین سرعتی که می‌توانید تایپ کنید. وقت بگیرید و ببینید آیا می‌توانید این کار را ظرف کمتر از ۱۵ دقیقه انجام دهید یا خیر.

اکثر نویسنده‌ها در دو حالت متمایز کار می‌کنند:

- ✓ **حالت خلاق:** در این حالت شـما به خودتان اجازه‌ی امتحان کردن کارهای جدید را می‌دهید و در عین‌حال به این مسـئله واقفید که این کارها ممکن است جواب بدهند یا به بن‌بست ختم شـوند. مزخرف نوشتن در حالت خلاق اشکالی ندارد. همه انتظار دارند خیلی از مطالبی که شـما در حالت خلاق می‌نویسـید بد باشد (البته بعضی از آن‌ها هم خوب خواهند بود). آفرینش به معنی آشـوب است، پس سعی کنید وقتی خلاق هستید کمی دیوانه شوید. این همان کاری است که قرار است انجام شود.
- ✓ **حالت ویرایشی:** در حالت ویرایشی هدف شما جمع و جور کردن افتضاحی است که در حالت خلاق به بار آورده‌اید. در این حالت شما آنچه را که نوشته‌اید تحلیل می‌کنید، تکه‌های خوب را شناسـایی می‌کنید، تکه‌هـای بد را دور می‌اندازید و همه‌ی مطالب را جوری راست و ریس می‌کنید که معنی بدهند.

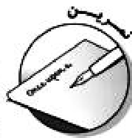
خشـکی قلم زمانی اتفاق می‌افتد که نویسنده سعی می‌کند همزمان در دو حالت خلاق و ویرایشگر بنویسـد. این کار را نکنید! این کار مثل این است که موقع رانندگی یک پا

را روی پدال گاز بگذارید و با پای دیگر ترمز بگیرید. کمی نوشتن و بعد کمی ویراستن اشـــکالی ندارد؛ فقط قبل از اینکه چیزی را بنویسید آن را ویرایش نکنید! همان‌طور که از قدیم و ندیم گفته‌اند: اول بنویس؛ بعد درستش کن.

شما همیشـــه پیش‌نویس اول را در حالت خلاق می‌نویسید. وقتی حرف از پیش‌نویس اول به میان می‌آید، منظور ما اولین نســـخه‌ای است که می‌نویسید یا روی صفحه تایپ می‌کنید. هر چیزی که بعد از این ارائه شـــود یک نسخه‌ی ویرایش شده خواهد بود. اگر کارتان را خوب انجام دهید، بخش‌هایـــی از پیش‌نویس اول، عالی و بخش‌هایی از آن چرند از آب درمی‌آید. هدف شـــما این است که خودتان را به نقطه‌ای برسانید که تمام مطالب موجود در نسخه‌ی نهایی‌تان عالی باشد. تنها راه رسیدن به این نقطه هم نوشتن آن پیش‌نویس اولیه – بدون توجه به میزان بد بودن آن – است.



به خودتان اجازه دهید پیش‌نویس اولیه‌ی بدی بنویســـید. به هر حال ویراستار شما که قرار نیست این پیش‌نویس را ببیند. فقط آن را بنویسید. بعدها، وقتی وارد حالت ویرایشی می‌شـــوید، فرصت نگرانی برای آراستن کارتان هســـت. بعد از اتمام ویرایش همه فکر می‌کنند که شما از همان اول خیلی خوش‌فکر بوده‌اید. فقط خودتان از حقیقت خبر دارید و لازم هم نیست آن را برای کسی فاش کنید.



این جمله را روی یک تکه کاغذ سفید بنویسید: "من اختیار تام دارم که یک پیش‌نویس اولیه‌ی چرند بنویســـم، چون می‌دانم که اکثر پیش‌نویس‌های نوشـــته شده توسط اکثر نویســـنده‌ها چرند هستند. نوبت به اصلاح که رسید درستش می‌کنم." تاریخ امروز را در بالای صفحه درج کنید و زیر آن را هم امضا کنید و کاغذ را به محل کار خود پست کنید.

الگوهای خلاقانه: بررسی شیوه‌های نوشتاری گوناگون

ما حداقل چهار الگوی نوشـــتاری خلاق یا شیوه‌ی نوشـــتاری، را شناسایی و نام‌گذاری کرده‌ایم که رمان‌نویســـان برای نوشـــتن پیش‌نویس اولیه‌ی اثرشـــان از آن‌ها استفاده می‌کنند:

- ✓ **غریزی:** همین طور – بدون برنامه‌ریزی یا ویرایش – بنویسید.
- ✓ **ویرایش همزمان:** بدون برنامه‌ریزی بنویســـید اما حین نوشتن، مطالب را کاملاً ویرایش کنید.
- ✓ **دانه‌برفی:** یک طرح عمومی تهیه کنید و شـــروع به نوشـــتن کنید و همزمان با ادامه‌ی کار طرح را هم تغییر دهید.
- ✓ **طرح جامع:** پیش از آنکه چیزی بنویسید، یک طرح کامل – همراه با جزئیات – بنویسید و قاطعانه به آن وفادار بمانید.

وقتی داشـــتیم طرح این کتاب را آماده می‌کردیم ویراســـتارمان از ما خواست مشخص کنیم که کدام‌یک از این الگوها، الگوی نوشـــتاری خلاقانه‌ی مناسب برای رمان‌نویسی است. اما حقیقت این است که چنین چیزی امکان ندارد. رمان‌نویس‌های خوب (یا حتی عالی) ممکن است از هر کدام از این الگوها بهره ببرند.

در این قسمت ما هریک از این الگوهای خلاق را توصیف می‌کنیم و چرایی و چگونگی آن‌هـــا را توضیح می‌دهیم. در ادامه هم کمک‌تان می‌کنیـــم که ببینید کدام‌یک از این الگوها به درد شما می‌خورد.

نوشتن بدون برنامه‌ریزی یا ویرایش

شـــیوه‌ی نوشـــتاری بدون برنامه‌ریزی یـــا ویرایش معمولاً نوشـــتار غریزی خوانده می‌شـــود. در حالـــت معمول شـــما کارتان را با چنـــد تکه از داســـتانی که در ذهن دارید شـــروع می‌کنید. وقتـــی اراده می‌کنید، فقط تایپ می‌کنیـــد و اجازه می‌دهید انگشتان‌تان شما را به پیش ببرند.

این روش بدون شـــک، روش‌روح بخشی اســـت. وقتی رمان خود را به شیوه‌ی غریزی می‌نویســـید، بالا و پایین‌های داستان، شما و خواننده را به یک اندازه غافلگیر می‌کنند. انگار داســـتان برای خودش زنده است و شما می‌توانید بگویید: "بابا جان من ریچارد را نکشتم. وارد اتاق که شدم دیدم او مُرده"

برای بعضی از نویسنده‌های شـــیوه‌ی غریزی، نوشتن پیش‌نویس اولیه مفرح‌تر است و ویرایش مجازاتی اســـت که باید به آن تن دهند. آن‌ها در حالی‌که نمی‌دانند قرار اســـت داســـتان به کجا برود، از فرایند نوشتن لذت می‌برند. این دسته از نویسنده‌ها می‌نویسند و می‌نویســـند – با ســـرعتی تا حد ۲۰۰۰ کلمه در ســـاعت – و با خوشـــحالی داستان می‌سازند. برای این نویســـنده‌ها، روز نوشتن پیش‌نویس ثانویه، روز جزاست؛ روزی که باید تمام نوشـــته‌ها را ویرایش کنند. از آنجا که تمام داســـتان بدون برنامه نوشته شده آن‌ها باید درباره‌ی بعضی از شـــخصیت‌ها تجدید نظر کنند. در این مرحله دیگر بعضی از پیچیدگی‌های پی‌رنگ داســـتان اشتباهاتی بیش نیستند. نویسنده ممکن است مجبور شـــود فصل یا فصل‌هایی را به‌طور کامل دور بیندازد و برخی از فصل‌های دیگر را هم جابه‌جا یا حسابی اصلاح کند.

برای دیگر نویســـندگان پیرو شـــیوه‌ی غریزی، پیش‌نویس اول دردسر است و ویرایش راه نجات. به خاطر نبود برنامه‌ریزی، تمام صحنه‌های داســـتان پر از مشکل است. اگر این اتفاق به‌جایی نرســـد چه؟ اگر فلان شـــخصیت بر داستان چیره شود چه؟ اگر تمام زحمت‌هـــای امروز، آخرش به هیچ دردی نخورد چه؟ اما بعد از اینکه فرایند مشـــقت‌بار نوشـــتن پیش‌نویس اولیه تمام شد، روز خوشی این دسته از نویسنده‌ها فرا می‌رسد زیرا

آن‌ها عاشق اصلاح کردن‌اند. حالا می‌توانند با خیال راحت ببُرند و بدوزند و حذف کنند. آن‌ها درباره‌ی شخصیت‌هایشان تجدید نظر می‌کنند و برایشان ارزش، انگیزه، هدف‌ها و پیشینه‌های مناسبی پیدا می‌کنند.



اگر می‌خواهید به روش غریزی بنویسید باید آماده‌ی فرایند سنگین دوباره‌نویسی باشید. وقتی پیش‌نویس اول را تمام می‌کنید متوجه می‌شوید که در آن شخصیت‌ها، انشعابات پی‌رنگی و ایده‌های بسیاری وجود دارد که خیلی از آن‌ها با پی‌رنگ اصلی همخوانی ندارند یا ناقص هستند. در این مقطع شما دیگر به‌خوبی داستان‌تان را درک می‌کنید. اما باید در ویرایش نوشتارتان بی‌رحم باشید و کارهای زیر را انجام دهید:

- ✓ درباره‌ی کل ساختار رمان‌تان تجدید نظر کنید.
- ✓ سوراخ‌های پی‌رنگ را پر کنید و گره‌های شُل را محکم کنید.
- ✓ از شر بعضی از شخصیت‌ها خلاص شوید، بعضی را با هم ترکیب کنید و به تمام آن‌ها عمق ببخشید.

شما باید آمادگی کار سخت را داشته باشید و بتوانید هر چند بار که لازم است دوباره‌نویسی کنید تا داستان‌تان خوب از آب درآید. می‌پرسید چند بار باید اصلاح کنید؟ بستگی دارد. بعضی از نویسنده‌ها گفته‌اند که رمان‌شان را ده تا بیست بار (یا حتی بیشتر) دوباره نویسی کرده‌اند. ترسناک به‌نظر می‌رسد اما نویسنده‌هایی که چندین بار دوباره نویسی می‌کنند از این کار خوش‌شان می‌آید. بسیاری از نویسنده‌ها حتی ویراستاران خودشان را استخدام می‌کنند تا در فرایند دوباره نویسی از آن‌ها کمک بگیرند. فصل ۱۶ این مورد را بیشتر توضیح می‌دهد.

استفن کینگ یکی از نویسنده‌های پیرو شیوه‌ی غریزی است؛ آن لَموت نویسنده‌ی *پرنده به پرنده* و جری جنکینز که در نوشتن *بر جای مانده* همکاری کرد نیز همین طورند. پس اگر قصد دارید به شیوه‌ی غریزی بنویسید، همراهان خوبی دارید.

ویرایش همزمان

ممکن است از آزادی بی‌حصری که شیوه‌ی غریزی برایتان فراهم می‌کند لذت ببرید اما در عین‌حال از اینکه اجازه دهید داستان برای خودش جولان بدهد وحشت داشته باشید. راه‌حل انتخابی بعضی از نویسنده‌ها برای این مشکل، ویرایش همزمان است. ویرایش همزمان به این شکل انجام می‌شود:

۱- یک صحنه را بدون برنامه‌ریزی بنویسید.

برای توضیح بیشتر درباره‌ی نحوه‌ی نوشتن صحنه‌ها به فصل‌های ۹ و ۱۰ مراجعه کنید.

۲- پیش از ادامه‌ی کار، تأمل کنید و آنچه را نوشته‌اید ویرایش کنید.

۳- بعد قسمتی را که نوشته‌اید دوباره ویرایش کنید (هر چند مرتبه که لازم دانستید) تا صحنه بدرخشد.

کار سختی است. ممکن است پنج، ده، یا بیست بار مجبور به ویرایش شوید. ممکن است یک روز کامل یا یک هفته، روی آن یک صحنه کار کنید.

خوبی ویرایش همزمان این است که هر دفعه که روی یک صحنه کار می‌کنید داستان‌تان را بهتر می‌فهمید و ذهن کمال‌گرایتان با دانستن اینکه داستان تا این نقطه کاملاً بی‌نقص است، احساس امنیت می‌کند و می‌تواند به‌کار ادامه دهد.



ایراد ویرایش همزمان این است که شما هنگام نوشتن هنوز هم در حال خلق داستان هستید. از آنجا که نمی‌دانید داستان به کجا قرار است برسد و شما چطور به آنجا خواهید رسید، ممکن است با این ترس عذاب‌آور دست و پنجه نرم کنید: نکند کتاب به هیچ جای خاصی نرسد. البته ترس شما ممکن است موجه باشد. بعد از آن همه مشقت برای سنباده کشیدن و تراشیدن و جلا دادن صحنه‌های زیبایتان ممکن است دالانی حفر کرده باشید که شما را به نقطه‌ای بی‌بازگشت ببرد.

خوشبختانه شما رمان‌نویس هستید. شما یک رمان‌نویس بسیار خلاق هستید و از انواع و اقسام ترفندهای عجیب و غریب مخصوص روز مبادا برخوردارید که مدت‌ها در ناخودآگاه‌تان انبار شده بودند. اگر میزان کافئین بدن‌تان به اندازه‌ی کافی باشد و اگر به اندازه‌ی کافی وحشت‌زده باشید، می‌توانید یک راه جدید خیلی بی‌نظیر برای خروج از آن نقطه‌ی کور پیدا کنید. همه‌ی اشتیاق و هیجان نویسندگی هم به همین است و راستش را بخواهید، هیچ حسی بهتر از این نیست که گره موجود در داستان‌تان را ساعت ۳ بعد از نصف شبی که فردایش موعد تحویل کتاب است بگشایید و متن را همان موقعی که ویراستار دارد راهی محل کارش می‌شود برایش ای‌میل کنید. هیچ حسی هم بدتر از این نیست که تمام شب در حالت سکته به صفحه زُل بزنید و بدانید که برای درست کردن اشکال داستان‌تان هیچ کاری از دست‌تان برنمی‌آید و مجبور شوید برای تمدید زمان تحویل التماس کنید.

دین کُنتز یک نویسنده‌ی پیرو شیوه‌ی ویرایش همزمان است. اگر این الگوی خلاق برایتان مناسب است بدانید و آگاه باشید این شیوه جواب می‌دهد و اگر توسط آدم مناسبش اجرا شود به‌طرز استثنائی‌ای موفقیت‌آمیز خواهد بود.

کمی برنامه‌ریزی، کمی نوشتن

بسیاری از نویسنده‌ها کمی از آزادی شیوه‌ی غریزی را می‌خواهند اما می‌خواهند

خیال‌شـــان هم راحت باشد که داستان درست از آب در خواهد آمد. این نویسنده‌ها اول کمی برنامه‌ریزی می‌کنند تا ســـاختار کلی داستان را مشخص کنند؛ ممکن است برای شخصیت‌هایشـــان پیش‌زمینه درست کنند، ترکیب ساختار ســـه‌پرده‌ای را معین کنند، خلاصه‌ی داستان بنویسند، یا فهرستی از صحنه‌ها تهیه کنند اما تمام جزئیات را از پیش تعیین نمی‌کنند. این دســـته از نویسنده‌ها بخشـــی از کار را بر عهده‌ی خلاقیتِ نوشتن پیش‌نویس اول می‌گذارند. بعد وقتی شـــروع به نوشـــتن می‌کنند که بیشتر تصمیمات بزرگ را گرفته باشـــند. اما هنوز تصمیم‌های جزئی زیادی مانده اســـت و در عین‌حال اســـتراتژی اصلی داستان کار می‌کند و این نکته را نویسنده قبل از شروع به‌کار به‌خوبی می‌داند. بنابراین فقط جزئیات مبهم مانده است.



رَندی این سبک نوشـــتاری را ترجیح می‌دهد. او سال‌ها پیش مقاله‌ای کوتاه درباره‌ی این شـــیوه نوشـــت و آن را با یک موضوع ریاضی جالب مقایســـه کرد که تحت عنوان *فراکتال دانه‌برفی* شناخته می‌شود (*فراکتال* ساختاری است که آن را چندباره و با خطوط و جزئیات ظریف رســـم می‌کنید و رسم آن هیچ‌وقت تمام نمی‌شود). اگرچه این تشبیه اساســـاً یک شوخی بود، اما اندیشه‌ی پشت آن محبوبیت زیادی به‌دست آورد. در نهایت تعجب رَنـــــدی، روش دانه‌برفی در سرتاسر دنیا رواج یافته است و حالا هر سال صدها هزار نفر از وب‌سایت دانه‌برفی (www.advancedfictionwriting.com) بازدید می‌کنند. توصیف دقیق ده مرحله‌ی روش دانه‌برفی را می‌توانید در فصل ۱۸ بخوانید.

خاصیت روش دانه‌برفی (یا هر روشـــی که در آن پیش از آغاز به نوشتن طرح ناقصی از کار را آماده می‌کنید) این اســـت که اطمینان منطقی دارید که داستان شما از آغازی که برایش در نظر گرفته‌اید به پایانی که برایش می‌پســـندید خواهد رسید. شما آزادید که با ســـرعت بنویســـید چون می‌دانید که در هیچ صحنه‌ای قرار نیست تصمیمی بگیرید که باعث فرو ریختنِ کل داســـتان‌تان شود. احتمالاً هیچ شخصیتی را هم معرفی نمی‌کنید که لازم باشد بعداً دوباره رویش کار کنید.



ایراد شـــیوه‌ی دانه‌برفی این است که ممکن است فکر کنید طرح ناقصی که ریخته‌اید برای رســـیدن به مراد دلتان کافی است. این‌طور نیست. دیر یا زود طرحِ اولیه‌تان ترک می‌خورد. اگر همین طور کورکورانه و بدون اصلاح طرح پیش بروید بعداً مجبور می‌شوید تن به اصلاحات عظیمی بدهید.



اگر از شـــیوه‌ی دانه‌برفی اســـتفاده می‌کنید پیشنهاد می‌کنیم که هر از چند گاهی طرح داستان‌تان را بررسی کنید تا از نبود ترک در آن مطمئن شوید. آیا پی‌رنگ دچار انحراف شده؟ آیا شخصیت‌های جدیدی را معرفی کرده‌اید که لازم است بیشتر به آن‌ها پرداخته شود؟ مهم‌تر از همه اینکه آیا دارید داستان‌تان را به‌زور در جهت خاصی هل می‌دهید؟

رَنـــدی معمولاً بعد از نوشتن یک‌چهارم اول کتابش، طرح داستان را یک وارسی کلی

می‌کند. او این کار را در نیمه‌ی کار و در مرحله‌ی سه‌چهارم هم تکرار می‌کند. اصلاً هم عجیب نیست اگر داستانش در مسیر تکامل از طرح اولیه فاصله بگیرد. اشکالی ندارد، رَندی می‌داند که طراحی داستان تقریباً همیشه بهبود پیدا می‌کند.

ترسیم اسکلت داستان پیش از آغاز به نوشتن

بسیاری از نویسنده‌ها (که پیتر هم یکی از آن‌هاست) تا زمانی‌که تمام داستان را ندانند اصلاً قادر به نوشتن نیستند. برای این دسته از نویسندگان نوشتن چکیده‌ی داستان در ابتدای امر ضرورت دارد. به این چکیده‌ی *داستان*، *خلاصه‌ی طولانی* یا *طرح کلی* یا چیزهایی از این دست می‌گویند. ما اسمش را می‌گذاریم طرح کلی تا با خلاصه‌ی داستان (که دو یا سه صفحه چکیده‌ی مطالب است) اشتباه گرفته نشود. اکثر ناشران پیش از بستن قرارداد کتاب از شما یک خلاصه‌ی داستان می‌خواهند. طرح کلی یک رمان ۴۰۰ صفحه‌ای معمولاً حجمی بین ۲۰ تا ۵۰ صفحه – یا حتی بیشتر – دارد.

آن‌هایی که طرح کلی می‌نویسند، نمی‌خواهند هیچ بخشی از پیش‌نویس اولیه را از دست بدهند. آن‌ها می‌خواهند تمام زیر و بم‌های داستان را از قبل بدانند و تمام چاله‌چوله‌های منطقی داستان را – پیش از نوشتن حتی یک کلمه روی کاغذ – پر کنند. نویسندگانی که به طرح کلی علاقه دارند ممکن است پیش از آنکه اعلام کنند که طرح‌شان آماده شده، پنج یا ده بار آن را دوباره‌نویسی کنند. بعد از این کار به طرفه العینی پیش‌نویس اولیه را می‌نویسند و خیال‌شان هم جمع است که داستان آماده است و تنها کاری که باید بکنند تایپ کردن آن است. اگر قلم خوبی داشته باشند پیش‌نویس اولیه‌شان به نوشته‌ی نهایی بسیار نزدیک خواهد بود.

خاصیت شیوه‌ی طرح کلی این است که کار کردن با یک طرح ۵۰ صفحه‌ای آسان‌تر است تا کار کردن روی یک دست‌نوشته‌ی ۵۰۰ صفحه‌ای. طرح را می‌شود با سرعت پنج برابر نوشت، با سرعت ده برابر ویرایش کرد و بخش‌های بزرگی از آن را – بدون ناله و زاری – به‌راحتی حذف کرد. نگه‌داشتن تکه‌های بزرگ داستان در ذهن، حین کار کردن روی طرح کلی راحت‌تر است تا موقع نوشتن اصل داستان. در این صورت شما باید مطالب کمتری را به خاطر بسپارید.



ایراد روش طرح کلی گرایش الزامی آن به‌سوی پی‌رنگ (به‌جای شخصیت) است. پس اگر نویسنده‌ی شخصیت‌محوری هستید احتمالاً باید طرح‌تان را کمی بسط دهید و به آن اتودهای دقیقی از شخصیت‌های داستان‌تان بیفزایید. اگر نویسنده‌ای پی‌رنگ‌محور هستید، ممکن است شخصیت‌هایتان را تازه زمانی بشناسید که برای مدتی در داستانی که برایشان چندان مناسب نیست، زندانی بوده‌اند. در این صورت به خودتان می‌آیید و می‌بینید دارید شخصیت‌ها را جوری تغییر می‌دهید که به داستان بیایند. هر وقت چنین

کاری بکنید، با خطر خلق شـــخصیت‌های دو بُعدی روبه‌رو هســـتید که به‌زور به خورد داستان رفته‌اند.

رابرت لُدلُم (هویت بورن) یک نویسنده‌ی معروفِ پیرو شیوه‌ی طرح کلی بود. گزارش شـــده که بعضـــی از طرح‌های کلی او بالغ بر ۱۰۰ صفحه بودند. اگـــر از هواداران لُدلُم هســـتید باید بدانید که پی‌رنگ داســـتان‌هایش بسیار پیچیده اســـت و با این حال هیچ ســـرنخی را بدون اینکه بعداً به آن برگردد و تکلیفش را روشـــن کند به امان خدا رها نمی‌کند.

پیدا کردن الگوی خلاقانه‌ای که برای شما مناسب باشد



هرگز یک راه واحد برای رمان‌نویسی که به درد همه‌ی نویسنده‌ها بخورد وجود نخواهد داشت. هر نویسنده‌ای خاص است و نقاط ضعف و قوت خودش را دارد. شما باید الگوی خلاقانه‌ای پیدا کنید که با اســـتفاده از آن بیشـــترین بهره را از نقاط قوت‌تان ببرید. اگر چنین کنید داستان‌نویســـی برایتان کاری مفرح خواهد بود (حتی در عین ســـختی). اگر الگویی را انتخاب کنید که ضعف‌هایتان را وارد بازی کند، داستان‌نویســـی برایتان کاری تلخ و اجباری می‌شود و ممکن است دست از نوشتن بشویید.



شخصیت‌های متعدد: شخصیت‌نگاری نویسنده

همه می‌دانند که دنیا پـــر از آدم‌های مختلف اســـت (آزادی‌خواه و محافظـــه‌کار، محتاط و بی‌پروا، عمیق و سطحی‌نگر، خلاق و تحلیلگر). اگـــر قبلاً آزمـــون شخصیت‌شناســـی – مثل آزمون تحلیل شـــخصیت مایرز بریگز – داده باشـــید خوب می‌دانید که آدم‌ها در زمینه‌های بسیاری می‌توانند با هم متفاوت باشند (حداقل در زمینه‌هایی که ســـعی می‌کنند آن‌ها را به نام خاصی بشناســـند). از دیدگاهی که آزمون مایرز بریگز بر آن اســـتوار اســـت، چهار عنصر در شخصیت شـــما دخیل هستند که هر یک از آن‌هـــا دو حالت اساســـی دارد: درون‌گرا یا برون‌گـــرا، فرض‌گرا یـــا عمل‌گـــرا، تفکرگرا یا تجربه‌گرا و قضاوت‌کننده یا پذیرنده. شـــانزده ترکیب مختلف از این ویژگی‌ها ممکن اســـت و ترکیـــب خاص شـــما مطالب زیـــادی را در موردتان آشکار می‌کند.

اما نویسنده‌ها به هم شبیه‌ترند تا خیل عظیمی از توده‌های افراد نانویسنده، مگر نه؟ نویسنده‌ها افراد خلاق و معمولاً بســـیار باهوشـــی‌اند که بیشـــتر از آنچه باید نگران می‌شوند، اما این به خاطر تفکر عمیق آن‌هاست، نه؟ نقاط مشترک نویسنده‌ها با هم به‌قدری زیاد است که می‌شود یک گونه‌ی شخصیتی خاص را برایشان تعریف کرد، درست است؟

در واقـــع، نه! رَنـــدی یک‌بار همـــراه حدود ۸۰ رمان‌نویس مطرح با آثار چاپ شده به یک همایش ادبی رفت. یک نویســـنده درباره‌ی طرح آزمون مایرز بریگز ســـخنرانی و بعد برگه‌های آزمون را بین آن‌ها توزیع کرد. رَنـدی فکر می‌کرد که بیشتر نویسنده‌ها در تعداد محدودی از دسته‌های منتج از آزمون جای خواهند گرفت. در نهایت تعجب او، هر ترکیب ممکن در آزمون بالاخره شامل یکی از نویسنده‌های جمع می‌شد. رَنـدی یک درون‌گرا،

فرض‌گـــرا، تفکرگرا و پذیرنده اســـت اما یکی از دوســـتان خوبش دقیقاً برعکس اوست: برون‌گرا، عمل‌گـــرا، تجربه‌گـــرا و قضاوت‌کننده. پیتر یک فرد درون‌گرا، عمل‌گرا، تجربه‌گرا و قضاوت‌کننده اســـت (حداقل ایـــن هفتـــه این‌طور اســـت). رَندی که مسحور این موضوع شده بود شروع به صحبت با رمان‌نویسان همکارش کرد تا ببیند آن‌ها برای نوشتن داستان‌هایشان از چه روشی استفاده می‌کنند. او فهمید که الگوهای نوشتاری آن‌ها درســـت مانند شخصیت‌هایشان متفاوت بود. یعنی چه؟ یعنی هیچ گونه‌ی شـــخصیتی ثابت و واحدی برای نویســـنده‌ها وجود ندارد. تک تکِ نویسنده‌ها با هم فرق دارند و رویکرد هرکدام‌شـــان هم نسبت به امر نوشتن متفاوت اســـت. در اینجا هیچ درســـت و غلطی وجود ندارد؛ فقط همانی که برای شما مناسب است.

در قســـمت بعدی خلاصه‌ای از الگوهای نوشتاری خلاقانه را به شما ارائه می‌دهیم. در این قســـمت توضیح می‌دهیم که چرا باید به فرایند نوشـــتن‌تان فکر کنید و کمک‌تان می‌کنیم بهترین شیوه‌ی نوشتاری مناسب خودتان را پیدا کنید.

درک چرایی اهمیت شیوه

شـــاید از خودتان بپرســـید که اصلاً چرا باید به الگوهای نوشتاری خلاق فکر کنید. چرا همین طوری شـــروع به نوشتن نکنید؟ مشکل این اســـت که "همین طوری نوشتن" خودش یک الگوی نوشـــتاری است – همان روش غریزی – شـــاید به کارتان بیاید، شاید هم نه.

الگوهای نوشتاری خلاقانه‌ی شما راهی برای اداره کردن داستان پیش پایتان می‌گذارد و این به سه دلیل یک شاهکار هنرمندانه‌ی بسیار عظیم است:

- ✓ **شخصیت‌ها آدم‌های واقعی هستند و آدم‌های واقعی پیچیده‌اند.** برای جزئیات ریز درباره‌ی ساختن شخصیت‌های عمیق به فصل‌های ۷ و ۱۲ مراجعه کنید.
- ✓ **پی‌رنگ شش لایه جزئیات دارد که هر شش لایه باید به‌درستی در داستان‌تان جریان داشـــته باشند.** برای بررسی دقیق این شش لایه به فصل‌های ۸ تا ۱۰، ۱۳ و ۱۵ مراجعه کنید.
- ✓ **درون‌مایه‌ی رمان شـــما باید در تمام صفحات داستان‌تان حاضر باشد اما در هیچ کجای داستان به چشم نیاید.** احتمالاً تا بعد از تمام شدن پیش‌نویس اولیه نخواهید فهمید که درون‌مایه‌ی داستان‌تان چیست. (اگر درون‌مایه‌تان عالی باشد منتقدان ادبی قرن‌های آینده به شدت ادعا خواهند کرد که خود شما هم هرگز از درون‌مایه‌ی کارتان درک درستی نداشته‌اید.)

ذهن بشـــر نمی‌تواند مقادیر زیاد پیچیدگـــی را به‌طور یکجا در خود نگه‌دارد. اکثر آدم‌ها

حداکثر می‌توانند هفت مورد متفاوت را همزمان در ذهن داشته باشند. اگر بنا باشد مطالب بیشتری را به خاطر بسپارند در ذهن‌شان طبقاتی می‌سازند و مطالب اضافی را در آن طبقات قرار می‌دهند.

چهار الگوی نوشتاری‌ای که در این فصل درباره‌شان سخن رفت چهار شیوه‌ی رایجی هستند که رمان‌نویسان برای اینکه از پس پیچیدگی‌های ویران‌کننده‌ی یک رمان برآیند به آن‌ها متوسل می‌شوند. وقتی شما الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی مناسب خودتان را پیدا کنید، به‌عنوان یک نویسنده، امتیاز رقابتی بالایی خواهید داشت. طبق تجربه‌ی ما دلیل اصلی ناتوانی نویسندگان بااستعداد در تمام کردن رمان‌هایشان، استفاده از الگوی نوشتاری نامناسب است.

ایجاد الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی خودتان



چه دلتان بخواهد چه نخواهد، شما باید یک الگوی نوشتاری خلاقانه برای نوشتن رمان‌تان انتخاب کنید. سؤال این است که کدام شیوه کمک‌تان خواهد کرد تا لایه‌های رمان‌تان را اداره کنید و بهترین داستان ممکن را بنویسید. در اکثر موارد آسان‌ترین روش برای شما، مناسب‌ترین روش هم هست، چون چنین روشی نقاط قوت طبیعی‌تان را وارد بازی می‌کند. اما شیوه‌ی انتخابی چه سخت باشد چه آسان، تنها چیزی که مهم است این است که الگوی انتخابی بهتر از هر الگوی دیگری جوابگوی نیازتان باشد. آخرسر هیچ‌کس نمی‌داند یا اهمیتی نمی‌دهد که شما رمان را چطور نوشتید؛ تنها چیزی که برای دیگران مهم است این است که آیا رمان شما آن‌ها را به یک تجربه‌ی حسی قوی مهمان می‌کند یا خیر.

اکثر نویسنده‌های حرفه‌ای الگوی نوشتاری مناسب خود را در اوان فعالیت‌شان پیدا می‌کنند و به آن وفادار می‌مانند. در موارد معدودی که ما دیده‌ایم نویسنده‌ای تلاش می‌کند الگوی نوشتاری‌اش را تغییر دهد نتایج فاجعه‌بار بوده است. اگر تازه‌کار هستید الان وقت آن است که به تمام الگوها نگاهی بیندازید، امتحان‌شان کنید و یکی از آن‌ها را که جوابگوی نیازتان است برگزینید.

جدول ۴-۱ می‌تواند در تصمیم‌گیری درباره‌ی شیوه‌ی مناسب شما کمک‌تان کند (ما تمام این شیوه‌ها را قبلاً بادقت در قسمت "الگوهای خلاقانه: بررسی شیوه‌های نوشتاری گوناگون" وا کاویده‌ایم). الگویی که برایتان بیشترین جذابیت را دارد امتحان کنید و ببینید که آیا کارتان به خواننده یک تجربه‌ی حسی قوی (که معیار سنجش رمان است – برای جزئیات بیشتر به فصل ۲ مراجعه کنید) می‌دهد یا خیر. اگر چنین است که شما الگوی مناسب‌تان را یافته‌اید. اگر نه سعی کنید ویژگی‌های شیوه‌ای را که از نظر جذابیت برایتان در رتبه‌ی دوم است ترکیب کنید یا الگوی خلاقانه‌ی خودتان را اختراع کنید. اجازه ندهید کسی به شما دیکته کند که باید از کدام الگو برای نوشتن رمان‌تان استفاده کنید.

جدول ۴-۱ انتخاب الگوی نوشتاری خلاق مناسب

سؤال	غریزی	ویرایش همزمان	دانه‌برفی	طرح کلی
آیا ترجیح می‌دهید از قبل برنامه‌ریزی کنید یا ناگهان شروع کنید؟	شروع ناگهان	شروع ناگهان	برنامه‌ریزی (به‌ندرت شروع ناگهان)	برنامه‌ریزی
آیا ترجیح می‌دهید هر قسمت را پیش از نوشتن قسمت بعدی کامل کنید یا با رها کردن نقص‌ها مشکلی ندارید؟	با رها کردن مشکلی ندارم	اول کامل می‌کنم	با رها کردن مشکلی ندارم	اول کامل می‌کنم (ممکن است یک طرح کلی مورد دار بنویسید و پیش از شروع به نوشتن ایرادات طرح را در پیش‌نویس دیگری از آن برطرف کنید)
آیا از مرتب کردن آن لذت می‌برید یا تحملش می‌کنید؟	متنفرم، تحمل می‌کنم، یا لذت می‌برم	تحمل می‌کنم یا لذت می‌برم	تحمل می‌کنم	لذت می‌برم
سؤال	غریزی	ویرایش همزمان	دانه‌برفی	طرح کلی
آیا شما تفکر خطی دارید، یا دوست دارید برای داستان‌تان به ایده‌های تصادفی فکر کنید و بعد همه‌شان را با هم در یک ایده‌ی کلی جمع کنید؟	معمولاً خطی (داستان را به‌ترتیبی که اتفاق می‌افتد می‌نویسید)	خطی	خطی یا تصادفی	خطی یا تصادفی (ممکن است صحنه‌ها را به‌صورت تصادفی خلق کنید و بعد آن‌ها را جابه‌جا کنید)
آیا ترجیح می‌دهید اول نمای کلی را مجسم کنید و بعد روی جزئیات کار کنید، یا ترجیح می‌دهید اول به جزئیات فکر کنید و بعد نمای کلی را در نظر آورید؟	اول جزئیات	اول جزئیات	اول نمای کلی	معمولاً اول نمای کلی

استفاده از الگوهای نوشتاری برای نوشتن داستان‌های کوتاه‌تر و فیلمنامه

دیگر انواع داستان – مثل داستان کوتاه و فیلمنامه – چه؟ آیا برای آن‌ها هم به الگوی نوشتاری خلاقانه نیاز داریم؟ اگر بله، آیا این الگو همانی است که در رمان‌نویسی به‌کار می‌رود؟ رمان تعداد زیادی شخصیت و شش لایه ساختار داستانی دارد و اداره‌ی همه‌ی این‌ها با هم در ذهن بسیار دشوار است؛ شما الگوی نوشتاری خلاق‌تان را انتخاب می‌کنید تا به شما در کنترل تمام این پیچیدگی‌ها، به مناسب‌ترین شکل برای شخصیت و ذهنیت‌تان، کمک کند. بنابراین با توجه به آنچه گفته شد، ما در ادامه نظرمان را راجع‌به استفاده از الگوهای نوشتاری خلاق در دیگر حوزه‌های داستانی توضیح می‌دهیم:

✓ **داستان کوتاه:** ما معتقدیم که شما با استفاده از هر کدام از الگوهای نوشتاری احتمالاً مشکلی با نوشتن داستان کوتاه نخواهید داشت. اصلاً در داستان کوتاه آن‌قدری مطلب برای ادا کردن ندارید. داستانِ کوتاه فقط چند تا شخصیت دارد و معمولاً از چیزی بین چهار تا پنج لایه ساختار داستانی تشکیل می‌شود.

✓ **فیلمنامه:** یک فیلمنامه معمولاً حدود ۱۰۰ صفحه یا بیشتر است و از لحاظ پیچیدگی به رمان شباهت بیشتری دارد (هم از نظر تعدد شخصیت‌ها و هم تعداد لایه‌های ساختار داستانی‌اش). بنابراین ما بر این باوریم که شما برای نوشتن فیلم‌نامه باید از همان الگوی نوشتاری‌ای پیروی کنید که برای نوشتن رمان به‌کار می‌برید.

استفاده از الگوی نوشتاری خلاقانه برای پیدا کردن ساختار داستانی‌تان

ساختار داستانی یک رمان نوگرا دارای شش لایه‌ی ژرف است و شما باید جوری از پس هر لایه بر آیید که مسیرتان در هر مرحله واضح باشد (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی این لایه‌ها به فصل‌های ۸ تا ۱۰ و ۱۳ تا ۱۵ مراجعه کنید). خواننده‌ی شما باید همیشه بداند که شخصیت‌ها فکر می‌کنند داستان قرار است به کجا برسد و چرا؛ به این ترتیب شما همیشه باید بدانید داستان دارد به کجا می‌رود و چرا و اینکه چطور قرار است سنگ زیر پای شخصیت‌ها بیندازید تا آن‌ها و خواننده‌ها را با هم غافلگیر کنید. ممکن است در پیش‌نویس اول این موضوع را درک نکنید اما وقتی به نسخه‌ی نهایی برسید کاملاً آن را خواهید فهمید.

مشکل این است که رمان شما برایتان به‌قدری پیچیده است که نمی‌توانید تمام شش لایه‌ی ساختمان آن را در یک مرحله درک کنید. باید رمان را گام به گام هضم کنید؛ اول یک لایه از ساختار آن را درک کنید، بعد لایه‌ی بعدی و بعدی... و در نهایت تمام لایه‌ها را با هم معنا کنید. این کار زمان و زحمت زیادی می‌برد؛ به هم چسباندن تمام لایه‌ها در تلاش اول غیرممکن است. در نتیجه شما باید چندین بار تلاش کنید و هر بار اجزای رمان‌تان را به‌نحوی بچینید که

لایه‌های گوناگون آن بهتر به هم جفت شوند. می‌توانید این کار را به‌ترتیبی که دوست دارید انجام دهید؛ این بستگی به روشی دارد که برایتان مناسب‌تر است.



هر کدام از الگوهای نوشتاری‌ای که در بخش‌های پیشین از آن‌ها سخن رفت، برای کنار هم قرار دادن لایه‌های ساختار داستانی طراحی شده‌اند و بناست به رفع ایرادات و اصلاح قسمت‌های ناهمگون کمک کنند. این کار باید آن‌قدر ادامه پیدا کند تا داستان در تمام لایه‌های ساختاری‌اش جریان درستی داشته باشد. این فرایند در هرکدام از الگوهای نوشتاری به شکل‌های زیر است:

- ✓ **الگوی غریزی:** کار در شیوه‌ی نوشتاری غریزی با جزئیات ساده شروع می‌شود. این جزئیات در تک‌تک سطرها و بندهای نوشته به‌خوبی جریان دارند. اما داستان ممکن است در سطوح بالاتر ساختمان خود – یعنی صحنه‌ها و رخدادها – درست از آب در نیاید. بنابراین نویسنده باید کل داستان را در مرحله‌ی ویرایش بازبینی کند تا آن دسته از صحنه‌ها و رخدادها را به‌شکلی شفاف و در جهتی بامعنی تنظیم کند. این روش جزء به کل (یا صعودی) است.
- ✓ **الگوی ویرایش همزمان:** روش ویرایش همزمان هم با جزئیات شروع می‌شود. اما پس از نوشتن یک صحنه، نویسنده به عقب برمی‌گردد و آن را ویرایش می‌کند و به این می‌اندیشد که این صحنه چطور با سایر صحنه‌های پیش از آن تناسب دارد. اگر لازم باشد که بعضی از صحنه‌های پیشین کمی اصلاح شوند، الان وقت خوبی است. بعد از اینکه صحنه بالاخره کامل شد، داستان – تا به اینجا – به‌عنوان یک کل واحد مفهوم درستی دارد. اگر همه چیز خوب پیش برود، در پایان داستان همچنان همه چیز مفهوم درستی خواهد داشت.
- ✓ **الگوی دانه‌برفی:** این شیوه با نمای کلی داستان آغاز می‌شود، که معمولاً خطّ داستانی اصلی و بعد از آن ساختار سه‌پرده‌ای است. پس از ارائه‌ی نمای کلی، نویسنده خلاصه‌ی داستان را آماده می‌کند و بعد صحنه‌ها را اضافه می‌کند تا جزئیات کامل شوند. اگر هر کدام از این کارها نمای کلی داستان را تغییر دهد، نویسنده خطّ داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای را ویرایش می‌کند. بعد از چند بار پس و پیش کردن به این روش، می‌توان نوشتن پیش‌نویس اولیه را آغاز کرد. نویسنده باید هنگام نوشتن مدام داستان را چک کند تا مطمئن باشد که نمای کلی آن همچنان صدق می‌کند و در صورتی‌که لازم باشد باید تغییراتی ایجاد کند تا داستان در مسیر اصلی خود باقی بماند. در پایان پیش‌نویس اولیه، داستان باید ساختار درستی داشته و فقط به اصلاحات جزئی نیازمند باشد. این روش کل به جزء (یا نزولی) است.
- ✓ **الگوی طرح کلی:** در این روش شما کار را با نمای کلی آغاز می‌کنید و از طریق

آن خطّ داســـتانی و ساختار سه‌پرده‌ای را می‌سازید. به‌محض اینکه این بخش‌ها با هم جفت شـــوند، خلاصه‌ی‌داســـتان و ترتیب صحنه‌هـــا را طراحی می‌کنید. تا این لحظه کارتان بســـیار شـــبیه به الگوی دانه‌برفی بوده است. اما این دفعه خلاصه‌داستانی که می‌نویســـید باید – به‌جای پیش‌نویس ساده – کامل و بلند باشـــد. در خلاصه‌ی طولانی باید به اکثر ایده‌های داســـتان بپردازید اما به‌جای نمایـــش صحنه‌ها باید آن‌ها را گزارش کنید. بعـــد از اینکه کارتان با خلاصه‌ی طولانی تمام شـــد، اگر داستان مشکلی نداشته باشد، کارتان را روی پیش‌نویس اولیه شـــروع می‌کنید. در پایان پیش‌نویس اولیه، شـــما داستان ساختارمندی در دست دارید که فقط ویرایش‌های جزئی می‌خواهد.

فصل ۵

مدیریت زمان... و خودتان

در این فصل

- برنامه‌ریزی برای کار
- چیدن فضایی الهام‌بخش برای نوشتن
- مدیریت پولی

شـــما برای کسب موفقیت در حرفه‌ی نویسندگی به ســـه منبع اصلی نیاز دارید: زمان، فضای مناسب نوشتن و پول. اگر می‌خواهید یک رمان‌نویس موفق باشید باید این منابع را عاقلانه به‌کار ببندید. در طول حرفه‌ی نویسندگی‌تان باید مدام در حال بهبود خودتان در تمام این سه حوزه باشید اما بالاخره باید از یک جا شروع کنید.

در این فصل ما تمام ســـه منبع مذکور را واکاوی می‌کنیم. ابتدا با منبعی شروع می‌کنیم که هیچ‌کـــس نمی‌تواند آن را افزایش دهد: زمان. با وجـــود گزارش‌های ضد و نقیض موجـــود، همچنان فقط ۲۴ ســـاعت در روز، ۷ روز در هفته و ۵۲ هفته در ســـال وجود دارد! اما پیدا کردن زمان کافی برای نوشتن با مدیریت دقیق و مداوم زمان (و خودتان) امکان‌پذیر اســـت. در این فصل ما اهمیت فضای کار را هم توضیح می‌دهیم و در پایان به توضیح مختصری درباره‌ی مدیریت مالی می‌پردازیم.

زمانی برای نوشتن

نوشتن فعالیتی زمان‌بر است و در عین‌حال هنری است که هرچه بیشتر وقت صرف آن شود، بیشتر پیشرفت می‌کند. ما تضمین می‌کنیم که اگر شما زمانی را صرف یادگیری، تمرین و گرامی داشـــتن فن نویســـندگی‌تان کنید، نویســـنده‌ی بهتری خواهید شد؛ و نویسنده‌های بهتر، بیشتر، شانس چاپ آثارشان را – در جایگاه‌های با کیفیت‌تری – دارند.

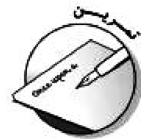


اگر نوشتن را فقط به خاطر لذتی که از آن می‌برید انتخاب کرده‌اید نیازی نیست نگران برنامه‌ریزی متناوب یا زمان‌بندی روزهایتان باشید تا زمانی برای این کار خالی شود. اما

اگر می‌خواهید کتاب چاپ کنید – یا در هنر خود پیشـــرفت کنید تا درآمد یا حق‌التألیف بالاتری از ناشر بگیرید – باید زمان قابل توجهی را به نوشتن اختصاص دهید.

تعیین یک هدف نویسندگی و وفادار ماندن به آن، هدفی برای این هفته و امسال

ویلیام فاکنر یک روز گفت "من زمانی می‌نویسم که روح [نوشتن] تکانم دهد و روح هر روز تکانم می‌دهد". اگر هدف نهایی‌تان این اســـت که یک رمان‌نویس حرفه‌ای شوید، بنابراین بالاخره زمانی فرا می‌رســـد که شـــما هر روز بنویسید. اما نویسندگان معدودی کارشـــان را از ابتدا به این شـــکل آغاز می‌کنند. وقتی هنوز در اول راه هســـتید احتمالاً نمی‌توانید هر روز بنویسید زیرا وظایف دیگری هم دارید. اما باید هر هفته – شاید یکی دو مرتبه– بنویســـید. می‌پرسید چرا؟ چون به این زمان نیاز دارید تا روی ابزارهای این فن تمرکز کنید و مهارت‌های نوشتاری‌تان را بهبود بخشید.



این‌ها توصیه‌ی ما به شما برای کنار گذاشتن زمانی برای نوشتن در هر هفته است:

۱. تعیین یک هدف نویسندگی مشخص.

طبق تجربه‌ی ما بهترین کاری که می‌توانید انجام دهید این اســـت که هر هفته زمان اندکی را صرف نوشتن کنید و به همین صورت – باثبات قدم – ادامه دهید تا زمان نوشتن‌تان زیاد شـــود. با این کار شما قدر موفقیت‌های کوچک و نارس خود را در جاده‌ی نویسندگی می‌دانید. می‌توانید کارتان را با – مثلاً – نیم تا یک ساعت در هفته شروع کنید. بعدتر می‌توانید هدف‌تان را این تعریف کنید که سه ساعت در هفته را به‌صورت مفید به نوشتن اختصاص دهید یا روزی پنج صفحه یا ۷۰۰ کلمه بنویســـید. حواس‌تان باشد که هر هدفی که برمی‌گزینید، هم قابل اندازه‌گیری باشد و هم دست‌یافتنی.

۲.هدف‌تان را بنویسید.

پژوهش‌ها نشـــان می‌دهد افرادی که اهداف‌شـــان را می‌نویسند شانس بیشتری برای دســـتیابی به آن‌ها دارند تا افرادی که اهداف خود را یادداشـــت نمی‌کنند. هدف خود را روی یک تکه کاغذ بنویسید و آن را به دیوار یا صفحه‌ی نمایشگر کامپیوترتان بچسبانید یا آن را در فهرست کارهای انجام دادنی‌تان (یا در نرم‌افزار برنامه‌ریزی‌تان) وارد کنید. هدف نوشـــته شده‌ی شما ممکن است به این صورت باشد: "این هفته، من یک ساعت را به نوشتن اختصاص خواهم داد. در این یک ساعت ۲۰۰ کلمه خواهم نوشت و برایم هم مهم نیست چیزی که می‌نویسم چرت و پرت‌ترین نوشته‌ام تا به حال باشد. دست از کار نمی‌کشم تا به این هدف برسم."

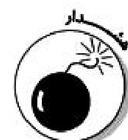


۳.وقتی را برای تلاش در جهت رسیدن به هدفتان کنار بگذارید.

اگـــر نمی‌دانید که باید از کجا وقتی برای نوشـــتن پیدا کنید، فهرســـتی از تمام کارهای غیراجباری خود در یک هفته فراهم کنید. تخمین بزنید که چند ســـاعت را صرف هر کدام از کارهای زیر می‌کنید:

- تماشای تلویزیون
- خواندن مجله یا روزنامه
- اینترنت‌گردی
- وقت‌گذرانی با دوستان
- انجام کارهای غیرضروری مربوط به شغل، درس و خانواده
- انجام دیگر فعالیت‌ها محض تفریح

بعضـــی از این فعالیت‌ها احتمالاً بین یک تا ده ســـاعت از زمان شـــما را در هر هفته می‌بلعند؛ شـــاید هم بیشتر. حالا قســـمت سختش اینجاست: باید بعضی از این کارها را با نوشـــتن معاوضه کنید. با گام‌های کوچک شروع کنید و چند ماه زمـــان به خودتان بدهید تا به‌تدریج از فعالیت‌هایی که برایتان عادت شـــده‌اند و کمتر انجام دادن آن‌ها ضرری ندارد، دل بکنید. شـــاید برای هفته‌ی اول بتوانید چهارشنبه‌شب‌ها یک ساعت کمتر جلوی تلویزیون بنشینید.



از دزدیدن زمان خواب برای نوشتن پرهیز کنید و قید ورزش کردن را هم نزنید. نوشتن یک فعالیت سکون‌آور و انزوایی نیست؛ نوشتن فعالیتی گیاهی است. شما نباید از نظر جســـمانی از هم بپاشید. به همین خاطر فکر کم‌کردن زمان خواب و ورزش را از سرتان بیرون کنید.

۴.به هرکسی‌که باید بدانید خبر بدهید.

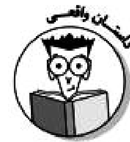
این فرد ممکن است همسر، شریک، فرزند، پدر و مادر، همکار یا کارگرتان باشد. به همه‌ی کسانی که ممکن است در کارتان و در مسیر نیل به هدف‌تان خلل یا وقفـــه ایجاد کنند اطلاع دهید که می‌خواهید چه کنید (همچنین این کار را برای این انجام می‌دهید که پس‌فردا کســـی از خودش نپرسد چرا شما دیگر هر هفته با بچه‌ها به کافه نمی‌روید).

۵.کسی را پیدا کنید که برای رسیدن به هدفتان روی شما حساب باز می‌کند.



اگرچه ممکن اســـت شما کاملاً قادر به تعیین هدف و پافشاری در مسیر نیل به آن باشـــید، داشتن یک نفر دیگر (یک دوســـت، همکار، همسر و ...) که به شما اطمینان دارد و رویتان حســـاب باز می‌کند، می‌تواند در شـــما ایجاد انگیزه کند.

یک نسـخه از هدفی را که برای خود تعیین کرده‌اید به این فرد بدهید و از او بخواهید هر از چند گاهی ببیند که آیا شـما به عهدهایتان وفادار هسـتید یا نه. ببینید می‌توانید یک ساز و کار طراحی کنید که در آن شما متعهد شوید در صورت ناتوانی در رسیدن به یک هدف خاص جریمه بدهید. جریمه نباید فقط یک ژتون پیش پا افتاده باشـد، بلکه باید چیزی باشـد که حاضرید هر کاری برای فرار از انجام یا تهیه‌ی آن بکنید.



رَنـدی زمانی یک رفیق نویسنده داشت که چنین شرطی بست: هر هفته‌ای که او نمی‌توانست مشـق نویسندگی‌اش را انجام دهد باید ۵۰ دلار پول می‌داد. دوست رَنـدی تازه فوق‌لیسانس گرفته بود و یک کار کم‌درآمد داشت و آهی در بساطش نبود؛ به همین دلیل پرداخت ۵۰ دلار خیلی برایش دشوار بود. او به‌ندرت از انجـام تکلیفش باز می‌ماند. حدس می‌زنید آخرش چه شـد؟ او در مکالمه‌ی تلفنی اخیرش با رَنـدی داشت با ذوق از جلد زیبای کتاب ششم‌اش حرف می‌زد که ناشر برایش ارسال کرده بود.

وقتی حدود یک ماه از شروع کار مداوم‌تان، به مدت یک ساعت در هفته، گذشت، زمان کار را کمی زیاد کنید و آن را (مثلاً) به دو سـاعت در هفته برسـانید. توصیه می‌کنیم که نویسـنده‌ها در اولین سال نویسندگی‌شـان زمان کار خود را به پنج ساعت در هفته برسـانند. نویسنده‌های باتجربه‌تر معمولاً حداقل ۲۰ سـاعت در هفته را صرف نوشتن می‌کنند و زمانی را که نویسـنده‌های کارکُشته به نوشتن اختصاص می‌دهند از این هم بیشتر است.

هر دفعه همین روند را انجام دهید: هدف خود را از نو تعریف و یادداشـت کنید. ببینید برای داشـتن وقت بیشـتر از چه فعالیتی می‌توانید صرف‌نظر کنید. به آن‌هایی که باید از این موضوع خبر داشـته باشـند، درباره‌ی هدف جدیدتان توضیح دهید و در پایان به کسی که می‌تواند جریمه‌ی نرسیدن به هدف را از شما بستاند تعهد دهید.

در کارتان پافشاری کنید و به برنامه‌ریزی خود وفادار بمانید، اما اگر یک هفته نتوانستید کار کنید خودتان را شـکنجه نکنید. فقط تلاش کنید هفته‌ی آینده خودتان را به‌جایی که باید برسـانید. فرقی نمی‌کند سـرتان چقدر شلوغ است؛ باید بتوانید با جابه‌جا کردن برنامه‌های آزاد خود و اختصاص دادن زمانی به هدف‌گذاری، برای نوشتن وقت بتراشید. شما که به هر حال از آن وقت استفاده می‌کنید، پس فقط قرار است نحوه‌ی استفاده از آن را تغییر دهید.



اگر کارهایی را که گفته شـد انجام دهید، می‌توانید نویسنده‌ی بهتری شوید. واقعاً کار نیکو کردن از پُـر کردن است. هدف اصلی شـما هم این است که نویسنده‌ی بهتری باشید و هرچه بیشتر بنویسید، نویسنده‌ی بهتر می‌شوید.

تنظیم وقت

یک مثل قدیمی می‌گوید: اگر شـما افسـار زمان را در دسـت نگیرید زمان سوارتان می‌شـود. یکی از بهترین راه‌ها برای مدیریت برنامه‌هایتان این اسـت که روزها را به بسـته‌های زمانی تقسیم کنید و هر بسته را به‌کار خاصی اختصاص دهید. مثلاً بسته‌ی زمانی اول روز (بعد از دوش گرفتن و صبحانه) می‌تواند صرف خواندن و پاسخ دادن به ای‌میل‌ها شود. بسته‌ی دوم می‌تواند صرف رفتن به کتابخانه و پژوهش یا صرف نوشتن شـود. شما باید تصمیم بگیرید که هر بسته‌ی زمانی چقدر طول می‌کشد و چه کارهایی در هر بسته جای می‌گیرد.



بسته‌ی زمانی مخصوص نوشـتن را برای هر وقتی از روز که مناسب می‌دانید در نظر بگیرید. برای این کار وقت‌های مختلفی را امتحان کنید تا ببینید چه وقت انرژی، تمرکز و ایده‌های بیشتری دارید.

تعداد زیادی از کارها هستند که برای دریافت توجه نویسنده‌ها با هم رقابت می‌کنند (از گذاشتن زباله‌ها سر کوچه گرفته تا تماس‌های تلفنی، خواندن کتاب‌های موجود در ژانر تخصصی او و شرکت در بازی فوتبال دوستانه). تهیه‌ی فهرست اولویت‌ها کمک می‌کند که فعالیت‌های غیرنوشـتاری زمان مخصوص نوشتن را کِش نروند. فهرست اولویت‌ها کمک‌تان می‌کند تشـخیص دهید روزانه چه کارهایی را به چه ترتیبی باید انجام دهید. پیتر اصلاً یک دفترچه یادداشت جیبی مخصوص این‌جور فهرست‌ها دارد.



ایده‌ی فهرسـت اولویت‌ها این است که مهم‌ترین کارهای شما در هر روز کاری، مرکز توجه باشند و مقدم شمرده شوند (نه اینکه یک فهرست قر و قاطی از تمام کارهایی که سال آینده باید انجام دهید داشته باشید). فهرست کاربردی اولویت‌های شما نباید بیش از هفت تا ده مورد باشـد. کارها را، به‌ترتیب اهمیت‌شان، دقیقاً تشریح کنید. همزمان با انجام کارها، آن‌هایی را که تمام شده‌اند خط بزنید.

نگاهی به ابزارهای مدیریت زمان

برای تسهیل مدیریت زمان ابزارهایی وجود دارد که شامل موارد زیر می‌شوند:

- ✓ **سررسیدها و روزنگارهای شخصی:** این ابزارهای کاغذی اساساً تقویم‌هایی کت و کلفت هستند. قابل حمل‌اند، استفاده و به روز کردن‌شان راحت است و باتری لازم ندارند.
- ✓ **روزنگارهای الکترونیکی قابل حمل:** بسیاری از تلفن‌های همراه و دستگاه‌های دیجیتال جیبی دارای برنامه‌های مدیریت زمان هستند. مثلاً آیفون تولید شرکت اپل برنامه‌های زمان‌بندی متعددی با اسامی گوناگون (To-Do's, iProcrastinate, Mobile, Toodledo) دارد.
- ✓ **نرم‌افزارهای کامپیوتری:** شرکت‌های مایکروسافت و اپل فهرست‌های ساده‌ای در بسیاری از نرم‌افزارهای پیشنهادی خود (مثل outlook) دارند. در ضمن شما می‌توانید چنین نرم‌افزارهایی را روی اینترنت جستجو کنید و گزینه‌های دیگری پیدا کنید. سعی کنید کارتان را پیچیده نکنید؛ کمتر نویسنده‌ای به ویژگی‌های یک بسته‌ی نرم‌افزاری تمام و کمال نیاز دارد. در بهترین حالت، هر نرم‌افزاری که استفاده کنید، بدون اینکه لازم باشد کار اضافه‌ای انجام دهید، هر روز صبح با روشن شدن کامپیوترتان روی نمایشگر بالا می‌آید و کارهایی را که باید انجام دهید نشان می‌دهد.

یک ساز و کار ساده پیدا کنید که کارتان را راه می‌اندازد و (مهم‌تر از همه) حتماً از آن استفاده می‌کنید.

فهرست‌تان را در آغاز هر روز مرور کنید تا درک بهتری از کارهای مربوط به آن روز و ترتیب انجام آن‌ها، پیدا کنید. هر تغییری که لازم است ایجاد کنید تا فهرست به روز شود. آیا کاری هست که در فهرست نباشد؟ آیا کارهایی در فهرست هستند که دیگر لازم نیست انجام شوند و باید حذف‌شان کنید؟ آیا ترتیب کارها درست است؟ آیا اهمیت یکی از کارها از بقیه بیشتر شده است؟ سعی کنید فهرست‌تان متمرکز و جاری باشد و حتماً هم از آن استفاده کنید.



در برابر وسوسه‌ی جلو انداختن کارهای آسان‌تر – و کم‌اهمیت‌تر – مقاومت کنید. می‌پرسید چرا؟ چون در این صورت هیچ‌وقت نوبت به انجام مهم‌ترین کارها نمی‌رسد. با وجود این، اگر یک وقت دیدید در انجام یک کار خیلی مهم وا مانده‌اید و انگیزه و توان به سرانجام رساندن آن را ندارید، کار مهم بعدی را روی فهرست خود پیدا کنید و آن را انجام دهید. با انجام یک کار دیگر شاید جان تازه‌ای بگیرید و با نیرویی مضاعف دوباره سراغ کار قبلی بروید.

چیدمان محیطی ایده‌آل برای نوشتن

چرا برای نوشتن به یک محیط خلاق نیاز دارید؟ نمی‌شود همین طوری به یک

کافی‌شـــاپ بروید و کامپیوتر همراهتان را روی میز بگذارید و شروع کنید؟ چرا البته که می‌توانید. در این صورت کافی‌شـــاپ بخشـــی از فضای نوشتن شماست. اما یک بخش دیگر از این فضا کامپیوترتان است. هر فضای نوشتنی دارای سه بخش اساسی است:

- ✓ میز تحریر (یا میز معمولی، یا هر سطح صاف دیگر)
- ✓ صندلی
- ✓ کامپیوتر (یا یک دفتر و خودکار یا مداد)

اگر می‌توانید یک میز و صندلی را در کافی‌شـــاپ اشغال کنید اشکالی ندارد؛ اما این در صورتی اســـت که صاحب مغازه مشکلی با کار شما نداشته باشد. (البته بعید است بتوانید یک کامپیوتر هم از کافی‌شاپ کش بروید!)



فرقی نمی‌کند چه کســـی فضای کارتان را فراهـــم می‌کند؛ فقط اطمینان حاصل کنید که این فضا به‌کار نوشـــتن‌تان اختصاص دارد. همه‌ی آدم‌ها دچار عادات می‌شوند. اگر جایی داشـــته باشـــید که بتوانید در آن به خلاق بودن عادت کنید، خلاق بودن برایتان آسان خواهد شد.

تهیه‌ی بهترین سطح برای نوشتن

هر نویســـنده‌ای به ســـطحی نیاز دارد تا روی آن بنویسد. اگرچه ممکن است یک دفتر بزرگ یا یک لپ‌تاپ که روی زانوهایتان قرار گرفته است جوابگوی نیازتان باشد، اما این حالت فقط برای نوشـــتن ایده‌هایی که ناگهان به ذهن‌تان الهام می‌شوند مناسب است. بالاخره به ســـطح صاف و راحتی نیاز دارید که بتوانیـــد بی‌دغدغه برای زمانی طولانی روی آن بنویســـید. برای اکثر آدم‌ها یک میز (تحریر) این نقش را ایفا می‌کند. ســـعی کنید میزتان ارتفاع استانداردی داشته باشد، نه خیلی بلند و نه خیلی کوتاه. (کارشناسان بهداشـــت کار معمولاً می‌گویند که مچ دســـت باید هنگام تایپ صاف باشد و به جهت خاصی متمایل نباشـــد. از این طریق می‌توانید بفهمید که منظـــور از ارتفاع زیاد یا کم چیست.)

اگر در خانه، آپارتمان یا سوئیت شما جای کافی وجود ندارد می‌توانید از میز ناهارخوری به‌عنوان یک ســـطح عالی برای نوشتن استفاده کنید. اگر در منزل جای کافی برای میز تحریر دارید، میزی انتخاب کنید که کشـــو یا قفسه داشته باشد و کیفیتش طوری باشد که بیش از چند ماه دوام بیاورد.



اگر واقعاً از نظر مکان در مضیقه هســـتید – شاید در یک سوئیت نقلی زندگی می‌کنید یا محیط زندگی‌تان با چندین نفر دیگر مشـــترک است – چندین سطح تخصصی برای

نوشـــتن وجود دارند که می‌توانید از آن‌ها اســـتفاده کنید. مثلاً می‌توانید یک میز تاشو بخرید که قابلیت نصب روی دیوار را دارد. این‌طور چیزها جوری طراحی شـــده‌اند که به هنگام نیاز، آماده‌ی اســـتفاده هستند و در عین‌حال وقتی لازم‌شان ندارید توی دست و پایتان نخواهند بود. به‌جای میز تاشـــو می‌توانید میز مخصوص لپ‌تاپ هم بخرید. این نوع میزها به‌راحتی قابل استفاده‌اند و می‌توانید با خودتان همه جا ببریدشان.

پیدا کردن صندلی مناسب

اگر تا به حال در محیط دفتری کار کرده باشـــید حتماً می‌دانید زمانی‌که مجبورید برای مدتی طولانی در حالت نشســـته بمانید، صندلی چقدر در راحتی بدن‌تان تأثیرگذار است. این را هم از ما بپذیرید که: نویســـنده قرار است مدت زیادی بنشیند. دانستن این موارد در دفعه‌ی بعدی که یک صندلی را با هزار بدبختی می‌خرید یا قرض می‌کنید به کارتان خواهد آمد:

- ✓ مراقبت مناسب از قسمت‌های بالایی و پایینی کمر
- ✓ پشتی قابل تنظیم
- ✓ بالشت نشیمن راحت
- ✓ فضای کافی برای ران‌ها و باسن
- ✓ دسته‌های روکش‌دار و قابل تنظیم
- ✓ پایه‌ی پنج‌پـَــر و چرخ‌دار

انتخاب کامپیوتر (در صورتی‌که بخواهید)

بسیاری از نویسندگان امروزی برای تمام فعالیت‌های نوشتاری خود از کامپیوتر استفاده می‌کنند و برای آن‌ها کامپیوتر جایی اســـت که در آن همه چیز اتفاق می‌افتد. می‌پرسید چرا باید از کامپیوتر اســـتفاده کرد؟ به خاطر اینکه کامپیوتر به شما اجازه می‌دهد موارد زیر را انجام بدهید:

- ✓ تغییر و اصلاح راحت نوشته‌ها
- ✓ دانستن شمار واژگان
- ✓ تبدیل دست‌نوشته به نوع فایلی که می‌توانید آن را به‌راحتی و باسرعت، از طریق ای‌میل، به هر جای دنیا بفرستید
- ✓ انجام تحقیق اینترنتی

- ✓ راحتـــی در افــزودن عکس یا دیگر موارد بصری به متـــن (این مورد به‌ندرت در متن واقعی رمان لازم می‌شــود اما زمانی‌که دارید برای شخصیت‌پردازی تحقیق می‌کنید یا اتود می‌زنید به درد می‌خورد)
- ✓ ذخیره و انتقال هزاران صفحه متن روی یک حافظه‌ی کوچک

همه‌ی نویسنده‌ها برای نوشتن رمان، داســتان کوتاه، یا دیگر آثار داستانی از کامپیوتر اســتفاده نمی‌کنند. خیلی از نویسنده‌ها هستند که معتقدند نوشتن با دست – با استفاده از قلم و کاغذ – یا حتی اســتفاده از یک ماشــین‌تایپ قدیمــی بخش مهمی از فرایند نویسندگی‌شان است. اگر شما جزو این دسته‌اید، عالی است؛ همان کاری را بکنید که در برانگیختن خلاقیت‌تان بیشترین تأثیر را دارد. اما دست‌خط شما هر چقدر هم که خوب باشــد، همچنان به یک نسخه‌ی تایپ شــده از کارتان نیاز دارید که آن را به نماینده‌ی ادبی‌تان بدهید تا او داســتان شــما را در همایش‌ها ارائه کند. اگر نمی‌خواهید تایپیست استخدام کنید، به احتمال زیاد باید یک کامپیوتر داشته باشید.

خوشبختانه کامپیوترهای امروزی سریع، کارآمد و به‌شکل عجیبی – از نظر مالی – در دســترس‌اند. در ادامه بعضی از مواردی را که باید هنگام خرید کامپیوتر در نظر داشــته باشید ذکر کرده‌ایم:

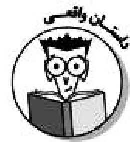
- ✓ اگر می‌خواهید کامپیوترتان را همراه خود ببرید – اگر بیرون از خانه می‌نویســید این مورد ضرورت دارد – باید لپ‌تاپ بخرید. اگر می‌خواهید همیشــه در خانه یا دفتر کارتان بنویسید، کامپیوتر احتمالاً گزینه‌ی مناسبی برای شماست.
- ✓ اگر کامپیوتر می‌خرید، ســعی کنید بزرگ‌ترین صفحه‌ی نمایشگری که توانایی خریدش را دارید، انتخاب کنید. فکر نمی‌کنیم دوســت داشته باشید برای دیدن متن زیبایتان روی صفحه مجبور شوید چشمهایتان را ریز کنید. بیشتر لپ‌تاپ‌ها کوچک‌تر از کامپیوترها هســتند؛ پس اگر لپ‌تاپ بخرید، در واقع قابل‌حمل‌بودن را با کیفیت تصویر معاوضه کرده‌اید. البته همیشه این امکان را دارید که لپ‌تاپ خود را به یک نمایشــگر بزرگ‌تر وصل کنید تا از هــر دو نوع فناوری بهره‌مند شوید.
- ✓ روی یــک نرم‌افزار پردازشــگر حــروف ســرمایه‌گذاری کنید. نرم‌افــزار وُرد مایکروســافت، رایج‌ترین گزینه‌ی موجود برای نویســندگان حرفه‌ای است. اگر از محصولات مایکروســافت بدتان می‌آید حتماً برای آن جایگزینی پیدا کنید که بتواند فایل‌هایی با فُرمت وُرد مایکروســافت را برایتان باز کند و بخواند. بسته‌ی نرم‌افزاری رایگان اُپن آفیس (OpenOffice) دارای پردازشگری است به نام رایتِـر (Writer) که بســیاری از نویسندگان آن را به وُرد ترجیح می‌دهند (به وب‌سایت www.openoffice.org مراجعــه کنید تا این نرم‌افزار رایگان را دانلود و ذخیره

کنید و یا با جستجو در اینترنت سعی کنید جایگزین مناسبی برای آن پیدا کنید).

✓ به جهان ارتباطات وصل شوید. اتصال به اینترنت – که در مورد دارندگان لپ‌تاپ بهتر اســت وایرلس باشد – تقریباً امری ضروری است که کمک می‌کند شما در حین کار بتوانیـــد تحقیق کنید و از صحت و حقیقت موضوعات مختلف مطمئن شوید (یا وسط کارتان وقفه‌ی کوچکی بیندازید و ای‌میل خود را چک کنید).

این‌ها چیزهایی هستند که دیگر نباید نگران‌شان باشید:

✓ **سرعت و ذخیره‌سازی.** تمام کامپیوترهای امروزی بسیار سریع هستند و گنجایش فضای ذخیره‌سازی و حافظه‌شان از آنچه شما نیاز دارید بســیار بالاتر است.

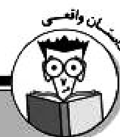


✓ **مقایسه مَـــک، ویندوز و لینوکس.** تمام این سیســتم عامل‌ها خوب هستند. هر‌کدام را که دوســت داشتید استفاده کنید. رَنـــدی یک مـــَک دارد و پیتر از ویندوز اســتفاده می‌کند. ما بدون مشکلات ناشی از عدم تطبیق سیستم‌های عامل‌هایمـــان به‌راحتی با هم فایل رد و بدل می‌کنیم و اصلاً هم خبر نداریم که ویراســتاران‌مان از چه سیستم عاملی اســتفاده می‌کنند. دیگر برای کسی مهم نیست که سیستم عامل مورد استفاده‌ی شما چیست.

قرار دادن هر چیز در جای خود

قبل از شیرجه زدن در فرایند نویســندگی، فضای مخصوص نوشتن خود را مهیا کنید. اگر می‌خواهید روی میزی کار کنید که توده‌ای از رخت‌های چرک، روزنامه‌ی مچاله یا آت و آشــغال‌های دیگر روی آن است، انتظار نداشته باشید که بیشترین شانس ممکن برای نویســنده شدن را داشته باشــید. هرچیزی را که ربطی به رسیدن شما به اهداف نویسندگی‌تان ندارد از دور و برتان جمع کنید.

(کِـــیس) کامپیوترتان را در جای مناســبی قرار دهید و صفحه‌کلید و نمایشگر را هم جوری روی میز بگذارید که کار کردن با آن‌ها برایتان آســان شــود (نه طوری که در آستانه‌ی افتادن از لبه‌ی میز باشند). پرینتر را نزدیک خودتان قرار داهید (تا هر دفعه که می‌خواهید متنی را پرینت بگیرید مجبور نشوید از جایتان بلند شوید). یک لیوان کوچک هم در جایی که دســت‌تان راحت به آن می‌رسد بگذارید تا مدادها و خودکارهایتان در آن باشند. با اینکه بسیاری از نویسندگان امروزی از دایره‌المعارف، واژه‌نامه و دیگر منابع آن‌لاین اســتفاده می‌کنند، بد نیســت که یک واژه‌نامه و چند مورد از دیگر کتاب‌های مرجع را روی میز کار خود داشته باشید.



فضاهای خلاقی از آن خودمان

فضای خلاق رَنــــدی همیشه یک میز تحریر بزرگ فلزی، همراه یـــک صندلی طبی راحت و یک کامپیوتر بوده اســـت. این میز ســـال‌ها در یکـــی از اتاق‌های منزل او قرار داشـــت که فاصله‌ی آن با اتاقی که بچه‌ها مدام به آن آمد و شد می‌کردند کمتر از ۱ متر بود. اما آن فضا متعلـــق به رندی بـــود و او در آنجا صدها هزار واژه نوشـــت و یک مشت جایزه بُرد. آن گوشه برای رَندی نمادی از نوشتن بود.

این روزها دیگر رَنـــدی برای خودش یک دفتر دارد که در آن راحت بسته می‌شود و قفسه‌های بایگانی بزرگ و سه کتابخانه‌ی عظیم در آن‌جا خوش کرده‌اند. اما میز و صندلی و کامپیوترش هنوز تغییر نکرده اســـت. به‌زعـــم او آن میز و صندلی و کامپیوتر، هنـــوز هم جایگاه مقدس نوشتن هستند.

پیتر بیشتر اوقات در کافه‌های شلوغ می‌نوشت. در واقع چنـــد کتاب اول او پشـــت برگه‌های حقوقی بزرگ و زردرنگی نوشـــته شـــدند که بوی تند قهوه و ســـیگار می‌دادند. چیزی مثل همهمه‌ی آدم‌ها، گُنگی صدای موسیقی، بوی قهوه‌ی داغ همراه صدای آماده و ریخته شدن آن و دود خفه‌کننده‌ی سیگار دکمه‌ی خلاقیت او را فشار می‌داد.

امـــروز پیتر یک دفتر کار خانگـــی دارد که از فضای زندگی شخصی منزلش جداست. او یک میز تحریر بزرگ، یک کامپیوتر و دو پنجره‌ی بزرگ دارد که حســـابی هوای آزاد و تمیز را به دفترش راه می‌دهند.



فضای مخصوص نوشـــتن خود را پیدا کنید. آن را مال خود کنید. به آن جلوه‌ی خاصی بدهید. اگر امکان دارد آن را فقط برای نوشـــتن و فقط برای خودتان نگه دارید. شما به این فضای خلاق نیاز دارید. آن را بیابید، مراقبش باشید و حفظش کنید.

برخورد با حواس پرتی

هر جایی که برای نوشـــتن انتخاب کنید – خانه، پارک یا کافه‌ی محله‌تان – خیلی زود می‌فهمید که مزاحمت‌های زیادی وجود دارند که می‌توانند شـــما را از عوالم مخصوص نوشـــتن بیرون بکشند. گرچه حواس‌پرتی‌های گاه‌وبیگاه می‌توانند مفید باشند (شما را از گیجی در آورند و نمای تازه‌ای از کارتان را در پیش چشم‌تان بگذارند)، پرت شدن مداوم حواس شـــما از فرایند نوشتن، کمکی به چاپ شدن – یا پایان یافتن – اثرتان نمی‌کند. به چند پیشنهاد برای برخورد با مزاحمت‌ها توجه کنید:

✓ **بابت رســـیدن به اهداف، به خودتان پاداش دهید.** هدف می‌تواند نوشـــتن چند واژه یا صفحه‌ی مشـــخص، تخصیص ساعاتی معین در هر هفته به کار نوشتن، یا تحویل داســـتان به نماینده‌ی ادبی یا ناشـــر باشـــد (کمی قبل‌تر، به قسمت "تعیین یک هدف نویســـندگی و وفادار ماندن بـــه آن، هدفی برای این هفته و

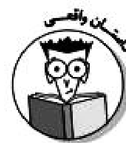
امسال" مراجعه کنید). وقتی بابت رسیدن به یک هدف به خودتان پاداش دهید، انگیزه‌تان برای ادامه‌ی راه بیشـــتر خواهد شد. بهترین پاداش‌ها آن‌هایی هستند که به‌طور شـــخصی در شما انگیزه ایجاد می‌کنند. این نوع پاداش‌ها ممکن است شـــامل چنین مواردی شوند: ناهار در یکی از رستوران‌های محل، کمی تماشای تلویزیون یا صرف زمانی کوتاه برای آوردن یک کاسه بستنی.

✓ **از یک علامت "مزاحم نشوید" اســـتفاده کنید.** اگر چند تا بچه‌ی شر و شیطان دارید یا افراد دیگری دور و برتان هســـتند که به وقت‌تان نیاز دارند، ســـعی کنید برای فضای نوشـــتن خود مرزهای شـــفافی تعیین کنید. بعد برنامه‌ی خود را به دیگر افراد زندگی‌تان اعلام کنید و از آن‌ها بخواهید با شـــما همکاری و از شـــما حمایـــت کنند. در اجرای قوانین‌تان مؤدب و در عین‌حال قاطع باشـــید. مثلاً اگر مادر همسرتان که مهمان خانه‌تان است مدام مزاحم می‌شود تا گپی با هم بزنید، مؤدبانـــه توضیح دهید که وقتی کارتان تمام شـــود از گـــپ زدن با او خیلی هم خوشحال می‌شوید، اما او باید صبر کند تا شما از نوشتن فارغ شوید. بهترین کار این است که برای ســـپری کردن زمان با خانواده و دوستان برنامه‌ریزی کنید تا احساس نکنند که برای وقت گذراندن با شما دارند مزاحم کار نوشتن‌تان می‌شوند.

این را بفهمید که ممکن است مجبور باشید انعطاف نشان دهید. اگر پدر یا مادری دســـت‌تنها هستید که باید فرزندان‌تان را سرگرم و از آن‌ها مراقبت کنید، ممکن اســـت مجبور باشـــید در طول روز به آن‌ها بپردازید و شب‌ها که آن‌ها در خواب نازند وقت‌تان صرف نوشتن کنید.

✓ **چیزهایی کـــه حواس‌تان را پرت می‌کنند از برق بکشـــید، خاموش کنید یا از خودتان دورشـــان کنید.** شـــاید برایتان ممکن باشـــد که از دست چیزهایی که حواس‌تان را از کار نوشـــتن و رســـیدن بـــه اهداف‌تان پـــرت می‌کنند خلاص شـــوید. اگر تلویزیون موجود در فضای نوشـــتن‌تان مدام شما را به سوی خودش می‌خواند، آن را به اتاق دیگری ببرید. اگر پیغام‌های مسلســـل‌وار از کامپیوترتان اجازه نمی‌دهند روی نوشـــتن تمرکز کنیـــد، صفحه‌ی ای‌میل خود را ببندید. اگر دوست‌تان تلفن می‌کند و می‌خواهد حسابی روده‌درازی کند، می‌توانید اجازه دهید تلفن روی پیغام‌گیر برود و بعد که کارتان تمام شد به او تلفن بزنید. نوشتن یک شغل است، پس با آن مثل یک شغل رفتار کنید.

✓ **یک اســـتراحت کوتاه داشته باشید.** اســـتراحت‌های متناوب کمک می‌کنند که ذهن‌تان را تازه کنید و با نیرو و تمرکزی دوچندان ســـر کارتان برگردید. توصیه می‌کنیم هر ۶۰ تا ۹۰ دقیقه یک‌بار اســـتراحت کنید و استراحت‌هایتان بیشتر از پنج دقیقه طول نکشـــند. این کار کمک می‌کند که تـــداوم کارتان از بین نرود.



رَنـــــدی عاشق پیاده‌روی اســـت. هر یکی دو ســـاعت یک‌بار، اگر هوا خوب باشـــد، او پنج دقیقه در اطـــراف حوضی که در خانه‌اش دارد قـــدم می‌زند. اگر هوا بد باشـــد او سراغ دســـتگاه تردمیل داخل پذیرایی می‌رود و چند دقیقه روی آن راه مـــی‌رود. در هر دو حالت انرژی رَنـــدی افزون می‌شـــود. بعد یک لیوان آب می‌نوشـــد، از پنجره اردک‌های توی حوض را تماشـــا می‌کند و با گربه‌اش گپ روشن‌فکرمآبانه‌ای می‌زند. گاهی هم رَندی برای کسب انرژی بیشتر گیتار الکترونیکی‌ای را که در دفترش دارد برمـــی‌دارد و چند دقیقه نوازندگی می‌کند. وقتی هم که خیلی به انرژی نیاز داشته باشد، دستگاه اسپرسو ساز را روشن می‌کند.

نگاهی به مسائل پولی

جِـــی. کـــی. رولینگ با انتشار مجموعه‌های بسیار محبوب *هری پاتر*، ثروتمندترین نویســـنده‌ی بریتانیا (و شاید جهان) شد. آیا می‌دانستید که او هنگام نوشتن اولین کتاب هری پاتر یک زن سرپرســـت خانوار بود و مقرری دریافت می‌کرد؟ تام کلنســـی پس از پرفروش شدن رمانش، *شکار اکتبر سرخ*، شغل خود را به‌عنوان یک مسئول فروش بیمه رها کرد. جان گریشام پس از اینکه توسط رمان *شرکت* به یک ستاره تبدیل شد، شغل وکالت را کنار گذاشت.

گرچه زندگی برخی از نویســـندگان بســـیار موفق داستان‌های خوبی درباره‌ی از هیچ به همه چیز رســـیدن است، اما اکثر نویســـندگان تمام زندگی خود را از راه نوشتن تأمین نمی‌کنند. برای بســـیاری از نویسندگان داستان‌نویسی راهی برای پول در آوردن نیست. آن‌ها دنبال رضایت حاصل از یافتن کســـانی هستند که معتقدند کارشان به‌قدری خوب است که ارزش چاپ شدن در مجلات و نشریات (آن‌لاین یا کاغذی) و کتاب‌ها را دارد؛ ارزش اینکه عده‌ای آن را بخوانند و خواندنش را به دیگران نیز توصیه کنند.

اما بسیاری از نویســـنده‌ها هم سعی می‌کنند خرج زندگی را از نوشتن تأمین کنند – یا گاه‌وبیـــگاه پول زیادی از این راه به‌دســـت آورند. اگر چنین فکری در ســـر دارید، باید تدبیری بیندیشـــید. اگر هم نوشتن برای شما یک سرگرمی است، باز هم باید پول خود را بودجه‌بندی کنید. در این قســـمت نگاهی دقیق به چرایی اهمیت پول و کارهایی که می‌توانید در مورد آن انجام دهید می‌پردازیم.

بودجه‌بندی پول برای نویسندگی

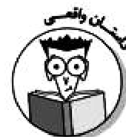
ایده‌ها ممکن اســـت رایگان باشـــند اما نوشتن‌شان رایگان نیســـت. شما به‌عنوان یک نویسنده در سال‌های آتی متحمل هزینه‌هایی خواهید شد (حتی اگر از نوشتن پولی برای صحافی داستان‌هایتان هم به‌دست نیاورید). این هزینه‌ها کدامند؟ بعضی از هزینه‌های

ممکن را در فهرست زیر برایتان ذکر می‌کنیم:

- ✓ کامپیوتر، پرینتر و اینترنت
- ✓ میز، صندلی، لوازم‌التحریر مختلف (یک بسته کاغذ برای پرینتر اصلاً ارزان نیست!)
- ✓ کتاب برای پژوهش، رمان‌های ژانر خودتان و کتاب‌های غیر داستانی (کتاب‌هایی که در کتابخانه موجود نیســتند یا می‌خواهید یک نسخه از آن‌ها را برای خودتان داشته باشید)
- ✓ ســفرهای محلی، جاده‌ای، ورودی موزه، یا هر فعالیت دیگری که برای تحقیق درباره‌ی موضوعی – که باز کردن کتاب و مطالعه‌ی آن برایش کافی نیســت – به آن نیاز خواهید داشت
- ✓ کلاس‌ها و کارگاه‌های نویسندگی
- ✓ همایش‌های ادبی (ثبت‌نام و رفت و آمد)
- ✓ حق عضویت انجمن‌های نویسندگی‌ای که به آن‌ها می‌پیوندید
- ✓ شام رفیق منتقدتان (کسی که اطمینان حاصل می‌کند شما طبق برنامه می‌نویسید) و دیگر کسانی که پشتیبان شما هستند

ممکن است بعضی از این چیزها را از قبل تهیه کرده باشید. اکثر افراد خودشان کامپیوتر و پرینتر را پیش از شــروع به کار دارند. اما اگر یک میز و صندلی مناســب ندارید، باید آن‌ها را تهیه کنید. فکر نمی‌کنم دوســت داشــته باشید آخرش پشت‌تان مثل پفک خم شــود و هزینه‌ی سرســام‌آور ماســاژ را (که از پول خریدن میز و صندلی بیشتر است) متحمل شوید.

از حالا باید خیلی جدی به فکر بودجه‌بندی پول برای همایش‌های ادبی باشــید. ساده بگوییم، همایش‌های ادبی ســریع‌ترین و آســان‌ترین راه برای برقراری ارتباطات لازم بــرای فروش کتاب‌هایتان هســتند. بنابرایــن آن‌ها از هزینه‌های ضروری محســوب می‌شوند؛ هزینه‌هایی که نمی‌توانید از آن‌ها چشم بپوشید.



رَنــدی سه کتاب اولش را از طریق ارتباط با افرادی که در همایش‌های ادبی ملاقات کرده بود به فروش رساند. بعد از فروش کتاب سومش، یکی از دوستانش که نماینده‌ی ادبی بود با او تماس گرفت و پرسید که آیا رَنــدی تمایلی به کار کردن با یک نماینده دارد یا نه. رَنــدی کجا با نماینده‌اش آشنا شد؟ درست گفتید، در یک همایش ادبی.

همایش‌هــای ادبی فوق‌العاده‌اند امــا هزینه‌بردار هم هســتند. در آمریکا یک همایش ادبــی یک‌روزه حداقل ۱۰۰ دلار هزینه دارد. همایش‌هــای بزرگ‌تر که چند روز طول

می‌کشـــند و در سطوح ملی هســـتند بیش از ۱۰۰۰ دلار هزینه دارند. از حالا برای این نوع همایش‌ها پول جمع کنید تا وقتی آمادگی پیدا کردید پول کافی داشـــته باشید. اگر حرفه‌ی نویســـندگی‌تان را جدی بگیرید و توصیه‌هـــای این کتاب را دنبال کنید ممکن است خیلی زودتر از آنچه فکرش را می‌کنید آمادگی شرکت در همایش‌ها را پیدا کنید.

تأمین زندگی به‌عنوان یک نویسنده: (فعلاً) انتظار نداشته باشید نویسندگی برایتان نان و آب شود

ما شـــنیده‌ایم که پنج نویســـنده‌ی برتر دنیا حدود ۶۰ درصد تمام درآمدهای نویسندگی را صاحب می‌شـــوند. صحت این گفته را نمی‌شـــود به‌راحتی ثابت کرد اما تجربه‌ی ما می‌گوید که امکان‌پذیر اســـت. ســـفره فقط برای عده‌ای خاص جـــا دارد. از میان تمام کتاب‌های چاپ شـــده در هر ســـال – حدود ۱٫۲ میلیون عنـــوان – فقط ۲۵۰۰ عنوان بیش از ۵۰۰۰ نسخه در همان سال فروش می‌کنند. تنها چند صد عنوان از این کتاب‌ها فروشی بالای ۱۰۰/۰۰۰ نســـخه دارند. بنا بر گفته‌ی *هفته‌نامه‌ی ناشران*، هر کتاب در آمریکا به‌طور میانگین ۵۰۰ نسخه فروش می‌کند.

خلاصه‌اش می‌شـــود اینکه نویسنده‌های کمی آن‌قدری کتاب می‌فروشند تا نویسندگی برایشان یک شغل نیمه‌وقت شود و نویسنده‌های بسیار کمتری کل درآمدشان از فروش کتاب اســـت. اما اگر امید دارید که یک نویسنده‌ی تمام‌وقت بشوید و تمام درآمدتان از راه نوشـــتن باشـــد، باید هر دو طرف معادله را در نظر بگیرید. از یک سو باید بتوانید (به تعداد کافی) کتاب‌هایی بنویسید که به‌خوبی به فروش بروند تا کشتی درآمدتان به گِـل ننشـــیند. از ســـوی دیگر باید هزینه‌های زندگی خود را کاهش دهید تا بتوانید با خرج کمتری به زندگی ادامه دهید و وقت بیشتری را صرف نوشتن کنید.

آیا می‌توانید کمتر خرج کنید؟ اگر بله، چقدر کمتر؟ این سؤال را به دو دلیل می‌پرسیم:

- ✓ هرچه کمتر خرج کنید، کسب یک درآمد کامل از راه نوشتن برایتان آسان‌تر خواهد بود.
- ✓ اگر حالا شروع کنید و کمتر خرج کنید، می‌توانید مابه‌التفاوت را پس‌انداز و فضایی برای خود ایجاد کنید که امکان استعفا از کار تمام‌وقت‌تان را زودتر به شما بدهد.

حساب‌های مالی خود – و خانواده‌تان – را همین حالا بررسی کنید. آوردیدشان؟ آفرین. حالا از خودتان بپرسید:

- ✓ درآمد ماهیانه‌تان چقدر است؟
- ✓ هر ماه چقدر خرج می‌کنید؟
- ✓ هر ماه چقدر پس‌انداز می‌کنید؟

✓ آیا می‌توانید از خرج‌ها بکاهید و بـــر پس‌انداز بیفزایید؟ اگر، مثلاً، اجاره می‌دهید یا قســـط(های) زیادی دارید، آیا می‌توانید آن‌ها را تسویه کنید تا مخارج ثابت‌تان کاهش یابند؟



لازم اســـت بدانید که شما بابت نوشتن، درآمدی مقطعی و نامتناوب دارید. یک قرارداد معمولی تعیین می‌کند که شـــما بخشی از پول را به‌عنوان پیش‌پرداخت خواهید گرفت و بخش‌هـــای دیگر را در مراحل مختلف و بخش نهایی را زمانی دریافت خواهید کرد که ناشر موافقت کند شما نسخه‌ی رضایت‌بخشی از کتاب را تحویل داده‌اید. حتی در بعضی از قراردادها ممکن اســـت بخشی از پیش‌پرداخت هم با تأخیر و در تاریخ چاپ پرداخت شود. بســـیاری از کتاب‌ها به اندازه‌ی پیش‌پرداخت خود سود نمی‌کنند. این یعنی بعد از آن پیش‌پرداخت اول شما یک ریال هم درآمد نخواهید داشت. رمان‌نویس‌ها اصلاً طبق برنامه‌ی خـــوب و هفتگی پول در نمی‌آورند. این یعنی شـــما باید درآمدتان را به‌خوبی مدیریت کنید (مگر اینکه خودتان آدم ثروتمندی باشـــید یا کسی را داشته باشید که به لحاظ مالی از شغل نویسندگی‌تان پشتیبانی می‌کند).



توصیه ما به شـــما این است که شـــغل‌تان را تا زمانی‌که امپراتوری رمان‌نویسی‌تان را حســـابی راه نینداخته‌اید، نگـــه دارید. اگر نمی‌توانید مقدار قابـــل توجهی از هزینه‌ها را کاهـــش دهید به یک درآمد ثابت نیاز خواهید داشـــت تا به‌جایی برســـید که ماهیانه از نوشـــتن پول در بیاورید و اوضاع را تا موفقیت کامـــل روی غلتک بیندازید. حرف ما را گوش کنید: نگرانی اینکه یک ریال بعدی از کجا (و کی) قرار است به‌دست بیاید برای هر نویســـنده‌ای بسیار فکر مزاحمی است. شما نباید بگذارید فشار ناشی از مسائل مالی در دنیای نویســـندگی‌تان خلل ایجاد کنند؛ همین‌طوری هم به اندازه‌ی کافی حواس‌تان پرت می‌شود.

بخش ۲

خلق رمانی باورپذیر

موج پنجم

ریچ تنانت



در این بخش...

اگر می‌خواهید داســتان بنویســید، باید داســتانی باورپذیر خلق کنید؛ داســتانی که به ژرفای احساسات خوانندگان‌تان ســفر می‌کند. در این بخش ما به کاوش ســاختمان دنیای داستانی شما (جایی که داستان در آن اتفاق می‌افتد) و آفرینش شــخصیت‌هایی واقعی و جذاب می‌پردازیم. ســپس نگاهی به لایه‌های پی‌رنگ، اعم از ســاختار داستانی (لایه‌های فوقانی)، خلاصه‌ی‌داستان و صحنه‌ها (لایه‌های میانی) و کنش داستانی، گفت‌وگو، عواطف درونی، تک‌گویی‌هــای درونی، توصیف، فلش‌بک و چکیده‌ی روایی (لایه‌های تحتانی) می‌اندازیم. حسن ختام این بخش هم نگاهی به نحوه‌ی تفکر راجع‌به درون‌مایه‌ی داستان است.

فصل ۶

ساختن دنیای داستانی: محیط داستان شما

در این فصل

- آزمودن سه عنصر دنیای داستانی
- خلق یک جهان بیرونی
- انتخاب نیرویی که گروه‌های شخصیت‌ها را به‌پیش می‌برد
- برپا کردن جهانی از کشمکش‌ها
- تحقیق و فروش داستان

هر رمانی در جهان خاص خودش اتفاق می‌افتد که شـــما خالق آن هســـتید. این جهان جزئی از یک جهان بزرگ‌تر نیســـت. جهان داســـتان شـــما تنها جهان موجود است. به همین خاطر است که ما به‌جای اصطلاحات کوچک‌مقیاس موجود مانند *مکان* یا *محیط*، ترجیح می‌دهیم از اصطلاح *دنیای داستانی* استفاده کنیم.



شـــما خداوند دنیای داستانی‌ای هستید که خلق می‌کنید و بر همه‌ی اتفاقاتی که در آن رخ می‌دهند مســـلط هســـتید. اما معنی این حرف این نیست که هر اتفاقی می‌تواند در دنیای داستان شما بیفتد. دنیای داستانی شما باید یک منطق درونی داشته باشد که آن را به پیش ببرد.

در وهله‌ی اول دنیای شما باید فیزیک، شیمی، زمین‌شناسی، هواشناسی و زیست‌شناسی داشـــته باشـــید (به بیان دیگر حتی اگر بعضی از قوانین این علوم را از خودتان در آورده باشـــید، حضور قوانین علمی را نمی‌توانید نادیده بگیرید). برای این کار باید یک یا چند گروه فرهنگی داشته باشید که هرکدام قوانین نحوه‌ی تعامل شخصیت‌ها را تعریف کند. فارغ از نوع دنیای داســـتانی‌ای که دارید، این دنیا باید قابلیت گنجاندن کشمکش را در خود داشته باشـــد زیرا بدون کشمکش داستان به‌وجود نمی‌آید. دنیای بی‌نقص به هیچ درد نویســـنده نمی‌خورد. دنیای داستانی شما هم به نیکی نیاز دارد و هم به بدی و شما مســـئول هستید که این دو را به‌شـــکلی خلق کنید که امکان پیروزی برای هردویشان وجود داشته باشد.

ترس به شما هجوم آورده؟ محلش نگذارید! شما تمام عمرتان را در یک دنیای داستانی گذرانده‌اید و به‌طور غریزی راه و چاه آن را بلدید. در این فصل ما کمک‌تان می‌کنیم آنچه را که از قبل می‌دانید از خود جدا کنید و با عوامل هسته‌ای روایت داستان آشنا شوید. همچنین کمک‌تان می‌کنیم جزئیات دنیای داستانی‌تان را مورد بررسی قرار دهید تا بتوانید به آن‌ها جان ببخشید.

توجه داشته باشید که در برخی از گروه‌های داستانی لازم است زحمت بیشتری روی دنیای داستانی بکشید. اگر رمانی در مورد زادگاهتان می‌نویسید، زمان حال را برای آن در نظر بگیرید تا مجبور نباشید برای ساختن دنیای داستانی فشار زیادی را متحمل شوید. اما بعضی از انواع داستانی – خصوصاً علمی ـ تخیلی، خیال‌انگیز و داستان‌های تاریخی – نیازمند این هستند که شما دنیای داستانی‌ای را مجسم کنید که ممکن است با دنیای شما تفاوت زیادی داشته باشد. حتی اگر گروه داستانی شما این اجازه را بدهد که زیاد روی دنیای داستانی کار نکنید، به‌یاد داشته باشید که نگاهی تازه به دنیای پیرامون‌تان می‌تواند بینش بهتری را برایتان به ارمغان آورد.

شناسایی اجزای دنیای داستانی

هر دنیای داستانی دارای سه بخش ضروری است. بدون هر کدام از این بخش‌ها آفرینش داستان غیرممکن است:

- ✓ **دنیای طبیعی:** وقتی دنیای طبیعی را توصیف می‌کنید، حسی از فضا را انتقال می‌دهید. دنیای طبیعی دربرگیرنده‌ی همه‌ی چیزهایی است که می‌شود درباره‌ی محیط فیزیکی دانست. ما در حالت عادی در داستان‌مان با قوانین فیزیک و شیمی دست به گریبان نمی‌شویم اما باید از قوانین جغرافیایی، الگوهای هواشناختی متداول و هزاران مورد کوچک دیگر (که بعداً در قسمت "پژوهیدن دنیای داستانی" درباره‌شان صحبت خواهیم کرد) آگاه باشیم.
- ✓ **گروه‌های فرهنگی:** اگر رمان ما در یک شهر کوچک اتفاق می‌افتد ممکن است تنها یک گروه فرهنگی پیش رویتان باشد، اما اگر داستان در شهر نیویورک اتفاق بیفتد، ممکن است شخصیت‌ها از تعامل (یا سوءتفاهم) پنج یا شش گروه قومی متفاوت حاصل شوند. اگر بخواهید داستانی راجع به سیاره‌ی زوربا بنویسید ممکن است یک دو جین گونه‌ی هوشمند در آن ساکن باشند.
- ✓ **زمینه‌ی کشمکش:** این مورد یک فضای سیاسی، فرهنگی، مذهبی، یا درونی (شخصی) است که وجود کشمکش را برای داستان امکان‌پذیر می‌کند. بدون کشمکش، داستانی هم وجود نخواهد داشت.

جدول ۶–۱ نشان می‌دهد که این اجزا چطور در سه رمان ایفای نقش می‌کنند.

جدول ۶–۱ عناصر دنیای داستانی در سه رمان

رمان	*دنیای طبیعی*	*گروه‌های فرهنگی*	*زمینه‌ی کشمکش*
برگزیده (چایم پوتوک)	بروکلین دهه‌ی ۱۹۴۰	جامعه‌ای از یهودیان حسیدی، دربرگیرنده‌ی جمعیتی از یهودیان آزادی‌خواه و جهانی بزرگ‌تر که شامل افرادی است که نه مسیحی‌اند و نه یهودی	مذهبی: یهودیان حسیدی می‌خواهند فرزندان خود را در یک جامعه‌ی محدود از هم‌کیشان خود و به دور از دیگر عقاید جهان بار بیاورند. اما در آمریکا نمی‌شود جلوی بچه‌ها را گرفت تا رادیو گوش ندهند، روزنامه نخوانند یا به کتابخانه نروند.
قبیله‌ی خرس غارنشین (جین اول)	اروپای عصر یخبندان، حومه‌ی دریای سیاه	انسان‌های امروزی و انسان‌های نخستین	فرهنگی: تنش‌های طبیعی بین دو فرهنگی رخ می‌دهد که یکدیگر را نمی‌شناسند، یا به هم اطمینان ندارند.
جنگ ستارگان: از سری ماجراهای لوک اسکای‌واکر (جرج لوکاس)	"منظومه‌ای بس‌یار دوردست"	انسان‌ها، ربات‌ها، حیوانات دوپای پشمالو و چندین گونه‌ی دیگر	سیاسی: شورشیان متحد امپراتوری کهکشانی سرکوبگر را تهدید می‌کنند.

خلق مفهوم فضا

هدف شما به‌عنوان یک داستان‌نویس خلق دنیای داستانی‌ای است که در ذهن خواننده‌ها کاملاً جان می‌گیرد. به این می‌گویند *خلق مفهوم فضا*، که کار سختی قلمداد می‌شود زیرا تعداد دنیاهای موجود محدود است. رمان‌ها به‌طور میانگین کمتر از ۱۰۰,۰۰۰ واژه دارند و شما اکثر این واژه‌ها را برای روایت داستان‌تان نیاز دارید نه برای توصیف دنیای داستانی.

این یعنی شما حتی نباید یک کلمه را از دست بدهید. (اگر یک تصویر ارزش ۱۰۰۰ کلمه را داشته باشد، یک رمان ۱۰۰۰۰۰ کلمه‌ای تنها ۱۰۰ تصویر را می‌تواند به مخاطبان نشان دهد که داستانی که با این تصاویر روایت شود چنگی به دل نخواهد زد.) باید کارتان خیلی بهتر از این حرف‌ها باشد، چگونگی‌اش را در این قسمت برایتان توضیح خواهیم داد.

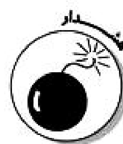
زدن یک تیر با دو نشان به کمک توصیف

نویسندگان قرن نوزدهم چندین صفحه را به توصیف تمام جزئیات دنیای داستانی اختصاص می‌دادند. به بند آغازین *بن‌هور: داستانی از مسیح*، اثر لو والاس نگاه کنید.

این رمان در سال ۱۸۸۰ به چاپ رسید و پرفروش‌ترین رمان آمریکا در قرن نوزدهم شد:

> جبل‌الزوبله رشـــته‌کوهی اســـت با بیش از پنجاه مایل طول و آن‌قدر باریک که تصویر آن روی نقشـــه به کرم ابریشمی می‌ماند که از جنوب به شمال می‌خزد. بر روی صخره‌های قرمز و ســـفید و مُشرف به مسیری که خورشید در امتداد آن طلوع می‌کند، تنها صحرای عربستان به چشم می‌آید؛ جایی که بادهای مشرق، در کمال دشمنی همیشگی‌شان با صاحبان تاکستان‌های جِـــریکو، از روز ازل جولانی داده‌اند. کوهپایه‌های آن زیر شـــن‌هایی کـــه رود فرات با خودش آورده پوشـــیده شده‌اند؛ کوه دیواری است برای چراگاه‌های باختری مؤاب و عمـــون، زمین‌هایی که در صورت نبود کوه‌ها بخشی از کویر می‌شدند.

این یک توصیف ساکن اســـت و شباهت زیادی به نقاشی از طبیعت بی‌جان دارد. هیچ اتفاقی در این تصویر نمی‌افتد. نه شـــخصیتی می‌بینید، نه حرکتی و نه احساســـی؛ فقط جغرافیای ناب.



خوانندگان قرن نوزدهمی عاشـــق توصیف‌های ســـاکن از محیـــط بودند زیرا این نوع توصیف‌هـــا در ذهن آن‌ها تصاویری خلـــق می‌کردند و تصویر (عکس) در قرن ۱۹ چیز کمیابی بود. شـــما نباید برای چنین خوانندگانی بنویســـید. همه‌ی آن خوانندگان امروز مرده‌اند و قادر به خریدن کتاب شـــما نیستند. شما برای خواننده‌ی قرن بیست ویکمی می‌نویسید که صدها یا هزاران فیلم دیده و می‌خواهد همین حالا شاهد رویدادی باشد. شـــما توانایی این را ندارید که با یک توصیف ایستا، طولانی و خسته‌کننده از یک کوه، خیابان، کاخ یا هر چیز دیگری حوصله‌ی خواننده را سر ببرید.

در فصل ۲ درباره‌ی هفت ابزار اساســـی انتقال پیام/حس بـــه خواننده صحبت کردیم. پنج مورد از این ابزارها – مثل فیلم – در ذهن خواننده به‌کار می‌افتند: کنش داســـتانی، گفـــت وگو، تک‌گویی درونـــی، عواطف درونی و توصیف محیط (مثل اینکه از چشـــم یکی از شخصیت‌های داســـتان نگاه کنیم). اگر برای نوشتن بخشی از داستان‌تان فقط از ایـــن پنج ابزار اســـتفاده کنید، می‌توان گفت که این بخش از داســـتان در قالب یک صحنه‌ی بی‌واسطه نوشته شده است. رمان‌نویسان امروزی بیشتر می‌کوشند از توصیف صحنه‌های بی‌واســـطه یا چکیده‌ی روایی بهره ببرند، زیرا خواننده‌های امروزی خواندن این نوع توصیف را بیشتر می‌پسندند.



وقتی مکان، شخص یا هر چیزی را در داستان خود توصیف می‌کنید، تمام تلاش‌تان را بکنید تا با توصیف خود به دو هدف بزنید. توصیف شما باید کارهای زیر را انجام دهد:

- ✓ اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده

✓ پویا نگه‌داشتن داســـتان از طریق هماهنگی مساعد با کنش داستانی، گفت وگو، تک‌گویی درونی و عواطف درون

گنجاندن توصیف در داستان



اگر می‌توانید، توصیف خود را به کمک درون‌دادی حسی، همراه دیگر اجزای صحنه‌ی بی‌واسطه (کنش داستانی، گفت وگو، تک‌گویی درونی و عواطف درونی) در بافت داستان بگنجانید. این‌ها بخش‌هایی از داستان شما هستند که لحظه به لحظه در ذهن خواننده برملا می‌شـــوند. شـــما نمی‌توانید اعمال را کنار بگذارید و یـــک صفحه را به توصیف بخشـــی از دنیای داســـتانی اختصاص دهید. اگر نمی‌توانید چیـــزی را به‌طور طبیعی و همـــگام با کنش داســـتانی توصیف کنید و اگر نمی‌توانیـــد آن را در قالب افکار یکی از شـــخصیت‌هایتان توضیح دهید، از خودتان بپرسید که اصلاً چرا باید به توصیف آن چیز خاص بپردازید؟

آیا واقعاً مجبورید آتشفشـــان را موبه‌مو توصیف کنید؟ اگر شـــخصیت‌تان مادری نگران باشـــد که شتابان شیب کوه را در امتداد گدازه‌های ســـرخ و داغ به‌سمت بالا می‌دود و دنبال کودک ۵ ســـاله‌ی گم شده‌اش می‌گردد، شاید. اگر شخصیت‌تان دوشیزه‌ای باشد که به اجبار از مســـیر سنگلاخی بالا می‌رود تا بر آستان خدایان بالای کوه قربانی شود، شاید. اگر شـــخصیت‌تان با خستگی پای بر زمین می‌کشـــد و حلقه‌ی قدرت را با خود حمل می‌کند و در جســـتجوی تَـــرَک‌های کوه اهریمن است، شاید. اگر صحنه‌ای که می‌نویســـید مشابه مثال‌های بالاســـت، با خیال راحت آتشفشان را توصیف کنید. کاری کنید که چشـــم‌های خواننده در اثر بخارات سولفوری بسوزد. کاری کنید که خواننده در گرمای کوره‌ی آتشفشـــانی عرق کند. کاری کنید که با صدای لغزش خاک و سنگریزه زیر پای جانوران ساکن در اعماق کوهستان، هراس در دل خواننده بیفتد.

اما شـــاید آتشفشان نقش مستقیمی در داستان شـــما نداشته باشد. شاید بی‌واسطه‌ترین موضوع مد نظر شما گونه‌ی کمیاب و بسیار ارزشمندی از پروانه‌ها باشد که در پای کوه آتشفشان از روی گُلی بلند می‌پرد و سوی درختی می‌رود. شاید یک لامبورگینی باشد که با ســـرعت از پارکینگ اقامتگاه بیرون می‌رود و شـــش ماشین پلیس آبی و قرمز به دنبالش روان‌اند. شـــاید لپ‌تاپی حاوی اطلاعات محرمانه‌ی یکی از شرکت‌های موفق فهرســـت ۵۰۰تایی مجله‌ی فورچون باشـــد که – در حالی‌کـــه صاحب‌اش از دوربین دوچشـــمی صحنه را می‌بیند – روی نیمکتی در همان پارکینگ قرار دارد و در آستانه‌ی دزدیده شـــدن اســـت. در این صورت لازم نیست آتشفشـــان را به خواننده نشان دهید. پروانه، لامبورگینی و لپ‌تاپ را، در خلال اعمال داستانی و از زاویه‌ی دید شخصیتی که این‌ها برایش مهم‌اند نشان دهید. اگر شخصیت داستان به چیزی اهمیت دهد، خواننده هم به آن چیز اهمیت می‌دهد.



اگر داستان نیازی به توصیف عامل خاصی ندارد، آن را توصیف نکنید. اگر دلیلی برای توصیف هست، به آن بپردازید اما به آن وجهه‌ی شخصی بدهید: آن را به حس‌ها و عواطف یکی از شخصیت‌ها پیوند دهید. توصیف مناسب – آن‌گونه که از زاویه‌ی دید شخصیت مناسب دیده می‌شود – می‌تواند حس مکان، زمان یا خُلق خاصی را در خواننده برانگیزد.



پیش از آنکه، فارغ از شخصیت داستان، به یک توصیف ساکن بپردازید از خودتان بپرسید: آیا من می‌خواهم بابت استفاده از توصیف ساکن جریمه بدهم؟ (جریمه‌ی مناسب، هر پاداشی است که بابت یک ساعت نوشتن به خودتان می‌دهید) اگر مایلید این جریمه را بدهید تا تأثیری (که از آن توصیف می‌خواهید) حاصل شود، این کار را بکنید. در غیر این صورت، توصیف خود را به‌شکلی حسی، از زاویه‌ی دید یکی از شخصیت‌ها، در هماهنگی مناسب با اعمال داستانی، گفت‌وگو، تک‌گویی‌ها و عواطف درونی ارائه دهید. فصل ۱۰ این مفهوم را بیشتر برایتان باز می‌کند.

آمیختن نیروی احساس با توصیف



همه‌ی قسمت‌های داستان شما یکی از سه معنی اساسی موجود را برای هر شخصیت تداعی می‌کنند: خوب، بد، خنثی. در اکثر مواقع، بیشتر قسمت‌های دنیای داستانی برای شخصیت خنثی هستند؛ پس، از توصیف پرهیز کنید مگر اینکه یکی از شرایط زیر درباره‌ی توصیف شما صدق کند:

- ✓ برای پیش بردن داستان، حتماً باید چیزی را توصیف کنید.
- ✓ باید برای چیزی که در آینده مهم خواهد بود، مقدمه‌چینی کنید.

مثلاً فرض کنید که در گوشه‌ای از خیابانی که تروِیس، شخصیت داستان‌تان، در آن ساکن است یک خانه‌ی خالی وجود دارد. ترَویس هر روز برای رسیدن به اتوبوسی که او را به سر کارش می‌برد از مقابل این خانه عبور می‌کند و این خانه مطلقاً برایش هیچ معنای خاصی ندارد. خانه برای ترَویس نقشی خنثی دارد. بنابراین اگر قرار است بعداً این خانه در داستان مهم شود، الان اشاره‌ای گذرا به آن بکنید – به خواننده بگویید که وجود دارد – اما برای توصیف آن کلمه هدر ندهید. اگر ترَویس زمانی مجبور شود وارد آن خانه شود، آن وقت توصیفش کنید.

اما شاید هم کریستا، همسر ترَویس، اولین عشق زندگی‌اش را روی ایوان آن خانه ملاقات کرد. برای کریستا، بوته‌ی گل سرخ روبه‌روی خانه خاطره‌های عاشقانه‌ای را تداعی می‌کند. این خانه برای کریستا معنای خوبی دارد. وقتی کریستا در اطراف این خانه پرسه می‌زند، شما می‌توانید محیط را از دید او توصیف کنید و از واژگانی استفاده

کنید که حس عشــق را تداعی می‌کنند. روی عطر گل‌های ســرخ تمرکز کنید و روی درخشش گرم آفتاب بر پنجره‌ها و قلب‌های کنده‌کاری شده‌ی درخت کنار ایوان. وقتی ایــن کار را انجــام دهید، دیگر تنها خانه را توصیف نکرده‌اید، بلکه دل کریســتا را هم وصف کرده‌اید.

شاید جِیکی، پسر ده ساله‌ی کریستا و ترَویس، فکر می‌کند که این خانه روح دارد. برای جِیکی ارواح در این خانه ماندگارند و او از اینکه پس از تاریک شــدن هوا از مقابل آن بگذرد هراس دارد. این خانه برای جِــیکی معنای بدی دارد. وقتی جِــیکی نیمه‌شب وحشت‌زده از مقابل آن می‌گریزد، با استفاده از واژگانی که حس ترس را انتقال می‌دهند، خانه را توصیف کنید. پنجره‌هایی را که رو به خیابان باز می‌شــوند به‌شــکل حدقه‌های چشــمان یک جمجمه توصیف کنیــد. صدای هوهوی بــاد لای درخت‌ها – که اوراد شیطانی را به یاد می‌آورد – به گوش خواننده برسانید. در اینجا هم شما فقط به توصیف خانه نمی‌پردازید؛ شــما حس‌های خواننده را برمی‌انگیزید. خواننده به همین دلیل است که داستان را می‌خواند.



توصیفات خود را به‌آهســتگی به خورد خواننده بدهید تــا او را به واکنش وا دارید. اما این کار را در حالت سکون انجام ندهید. برای خواننده‌ی خود فیلم پخش کنید و از پنج بخش صحنه‌ی بی‌واســطه اســتفاده کنید. از جزئیات ملموسی بهره بگیرید که حواس شخصیت‌ها را قلقلک می‌دهند.

پیدا کردن عاملی که گروه فرهنگی‌تان را تحریک می‌کند

هر یک از شــخصیت‌های شما فردی اســت با نیازها و خواسته‌های خاص خودش. در فصل ۷ توضیح می‌دهیم که شــما چطور می‌توانید شــخصیت‌های باورپذیر را در قالب افراد مستقل خلق کنید. اما افراد از اجتماع‌های بزرگ‌تر – گروه‌های فرهنگی – می‌آیند و در پیشــینه، زبان، دانش، فناوری، مذهب، اســاطیر، اهداف و خیلی چیزهای دیگر با هم اشــتراک دارند. تمام این چیزها تعیین می‌کننــد که چه احتمالات و امکاناتی برای شخصیت‌های شــما وجود دارد. به این احتمالات و امکانات *انگیزه‌های فرهنگی* گفته می‌شود، زیرا آن‌ها گروه‌های فرهنگی را به اشکال گوناگون برمی‌انگیزند.

در ادامه، در قسمت "واکاوی دنیای داستانی"، درباره‌ی پژوهشی صحبت می‌کنیم که به کمک آن می‌توانید انگیزه‌های فرهنگی خود را به‌درستی درک کنید. چقدر از این پژوهش را باید به خواننده نشان داد؟ پاسخ این سؤال بستگی به نوع داستانی که می‌نویسید دارد. رمان‌های تاریخی، خیال‌انگیز و علمی ـ تخیلی معمولاً تصویر کامل‌تری از انگیزه‌های فرهنگی به خواننده ارائه می‌دهند. دیگر انواع داستانی ممکن است این انگیزه‌ها را کمتر نشــان دهند. شــما باید به اندازه‌ای خواننده را در جریان بگذارید که انتظارش را دارد:



وقت‌تان را صرف توصیف پیشـــینه‌ی فرهنگی نکنید، مگر اینکه این پیشینه برای یکی از شخصیت‌ها مفهوم خاصی داشته باشد. اگر هر یک از انگیزه‌های فرهنگی برای یکی از شخصیت‌ها مهم باشـــد – آن‌قدری که بر خطّ داستانی تأثیر بگذارد – آن‌گاه به هر قیمتی که شـــده خواننده را از آن انگیزه آگاه کنید. اما در این مورد هم (درســـت مثل توصیـــف) باید راهی پیدا کنید که با ارائه‌ی انگیزه‌ی فرهنگی به خواننده، دو کار زیر را انجام دهید:

- ✓ اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده
- ✓ پویا نگه‌داشتن داســـتان از طریق هماهنگی مساعد با کنش داستانی، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی و عواطف درونی

آشکار کردن انگیزه‌های فرهنگی با صحنه‌های بی‌واسطه

اکثر انگیزه‌های فرهنگی را نمی‌شـــود به‌راحتی از طریق کار، اندیشه یا گفتار نشان داد، زیرا این کار ســـبب می‌شـــود آن‌ها غیرطبیعی به‌نظر رســـند. به این ترتیب نویسنده با چالش بزرگی مواجه اســـت. برای مثال، انگیزه‌ی فرهنگی نهفته در هسته‌ی رمان *بازی میهن‌پرستان*، نوشـــته‌ی تام کلنسی، را در نظر بگیرید: ناســـازگاری بین کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها در ایرلند شمالی. اگر شما بودید این ناسازگاری را چطور برای کسی‌که هیچ چیز درباره‌ی ایرلند و تاریخ مسیحیت در غرب نمی‌داند توضیح می‌دادید؟

می‌توانستید بخشی از این مسئله را به واسطه‌ی اعمال داستانی نشان دهید (همان‌طور که تام کلنسی با استفاده از روایت حمله‌ی تروریستی وحشیانه‌ای علیه خانواده‌ی سلطنتی در لندن نشـــان داد). نشـــان دادن عملی که نتیجه‌ی یک انگیزه‌ی فرهنگی است کار آســـانی است. اما در وهله‌ی اول، توضیح دادن دلایل وجود چنین انگیزه‌ی فرهنگی‌ای کار دشواری است. چرا باید این قدر نفرت وجود داشته باشد؟ هیچ وقت نمی‌شود با یک صحنه‌ی تیراندازی به این ســـؤال جواب داد. برای توضیح چنین مسئله‌ی پیچیده‌ای به واژه نیاز داریم. این یعنی یا باید از گفت‌وگو استفاده کنیم یا از تک‌گویی‌های درونی.

مشکل اســـتفاده از گفت‌وگو این اســـت که مردم همین طوری درباره‌ی چیزهایی که همه می‌دانند حرف نمی‌زنند. ایرلندی‌های کاتولیک وقت‌شان را با یادآوری و برشمردن دلایل تاریخی ناسازگاری‌شان با پروتستان‌ها تلف نمی‌کنند.



اگـــر بخواهید توضیح یک انگیزه‌ی فرهنگـــی را در قالب گفت‌وگو بیان کنید، به یک شـــخصیت بیگانه نیاز دارید (یا یک بچه) که فرهنگ مورد نظر را درک نمی‌کند. چنین شـــخصیتی می‌تواند، به‌شـــکلی باورپذیر، سؤالات خواننده‌ی شـــما را به زبان آورد. اگر نمی‌توانید از یک بیگانه یا کودک استفاده کنید، باید توضیحات را از طریق مکالمات بریده

بریده به خورد خواننده بدهید تا خودش شـــکاف‌های بین تکه‌های اطلاعات را پر کند.

یک راه دیگر هم دارید: تک‌گویی درونی. اما این مورد از گفت‌وگو هم ســـخت‌تر است چـــون مردم به‌ندرت زمانی را صـــرف این می‌کنند که چیزهایـــی را که می‌دانند برای خودشان توضیح دهند. تأکید می‌کنیم که شما می‌توانید خرده‌های اطلاعات را به‌صورت تک‌گویی‌های درونی ارائه دهید و اطمینان داشـــته باشید که خواننده به‌قدری باهوش است که می‌تواند این خرده‌ها را به هم وصل کند.

تشریح: توضیح انگیزه‌های فرهنگی از طریق چکیده‌ی روایی

چـــرا برای توضیح انگیزه‌هـــای فرهنگی برای خوانندگان از چکیده‌ی روایی اســـتفاده نکنیم؟ چکیده‌ی روایی کارآمد اســـت و ممکن است تنها راه موجود برای توضیح یک انگیزه‌ی فرهنگی به‌خصوص و پیچیده باشـــد. اما چکیده‌ی روایی اغلب کســـل‌کننده است. نمی‌توان داستان را به حال خودش گذاشت و در باب مسائلی نظیر تاریخ اسکاتلند تحت حاکمیت بریتانیا، قواعد اســـامی در زبان روسی، تفاوت رقص لهستانی (پولکا) با تانگو، پژوهش‌های فیزیکدانان روی ذره‌ی بوزون هیگز، پیچیدگی‌های ذن و آیین بودا، یا مفهوم بیانیه‌ی توسعه‌ی نژادی برای آمریکاییان در سال ۱۸۸۲ سه صفحه پشت سر هم سخنرانی کرد.

اگر از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنید، تلاش کنید تا جایی که می‌توانید آن را خلاصه و جالب ارائه دهید. سرگرم‌کننده باشید، هوشمند جلوه کنید و بدرخشید. برای اطلاعات بیشتر در مورد چکیده‌ی روایی به فصل ۱۰ مراجعه کنید.

ترکیب عناصر گوناگون برای نشان دادن انگیزه‌های فرهنگی

اگر آوار کردن اطلاعات بر ســـر خواننده‌ها برای توصیـــف محرک‌های اجتماعی کافی نباشـــد، نویسنده چه باید بکند؟ این همان چیزی است که داستان‌نویسی را به یک نبرد بدل می‌کند و نویســـنده باید نبرد خود را بادقت انتخاب کند. آیا دلیل داستانی موجهی برای یک انگیزه‌ی فرهنگی وجود دارد؟ اگر نه، به چشم‌پوشی از آن فکر کنید.



اگر دلیل خوبی برای یک انگیزه‌ی فرهنگی دارید، آنگاه بهترین شیوه‌ی موجود ترکیب کردن و تطبیق دادن تمام ابزارهای دم دســـت‌تان اســـت. ترکیبی از کنش داســـتانی، گفت‌وگو و تک‌گویی‌های درونـــی را به‌کار ببندید تا تکه‌هایی از انگیزه‌ی فرهنگی‌تان را به خواننده نشـــان دهید. ســـپس این تکه‌ها را با اســـتفاده از چکیده‌ی روایی به هم بچســـبانید (از این عامل هرچه کمتر استفاده کنید بهتر است). این بخش مهمی از هنر داستان‌نویسی است و هیچ‌کس نمی‌تواند در آن به درجه‌ی استادی برسد.

فصل‌های ۱۰ و ۱۵ به‌طور دقیق توضیح می‌دهند که چطور می‌شود تمام این اجزا را در قالب یک داستان باورپذیر ریخت.

انتخاب پیش‌زمینه‌ی کشمکش‌ها

داســـتان شما زمانی آغاز می‌شود که تغییر آغاز شود. در اینجا این سؤال مطرح می‌شود: دقیقاً تغییر چه چیزی؟ تغییر چیزی که تا پیش از این لحظه وجود داشته است. مسئولیت شــما این اســت که بدانید آنچه تا کنون وجود داشته چیســـت و بعد آن را به‌وضوح به خواننده انتقـــال دهید و در این حین برای او توضیح دهید که چرا چنین چیزی در حال تغییر است. سؤال کلیدی‌ای که باید بپرسید این است: چه ضعفی در سیستم وجود دارد که الان را (نه ماه پیش یا پارســـال) به زمان مناســـبی برای تغییر تبدیل می‌کند؟ برای اطلاعات بیشتر در مورد پیش‌زمینه، به خواندن ادامه دهید.

تعریف پیش‌زمینه

ما از واژه‌ی پیش‌زمینه برای اشاره به بستری برای تغییر – که آغاز داستان شما را نوید می‌دهد – استفاده می‌کنیم. پیش‌زمینه دارای دو بخش است:

- ✓ وضعیت موجود: شرایطی که تاکنون وجود داشته است
- ✓ نقطه ضعفی که سبب می‌شود اوضاع برای تغییر مساعد شود

شما برای خلق پیش‌زمینه گزینه‌های زیادی دارید. در ادامه رایج‌ترین سناریوهای موجود برای داستان‌ها، به همراه پیش‌زمینه‌هایشان آمده است. اگر داستان شما درباره‌ی تغییر در یک شـــهر، کشور، یا جهان است – مثل جدول ۶-۲ – آنگاه پیش‌زمینه باید شامل بخشی از تاریخ آن شهر، کشور، یا جهان هم بشود.

جدول ۶-۲	پیش‌زمینه‌های داستانی رایج برای تغییرات اجتماعی	
سناریو	**وضعیت موجود**	**نقطه ضعف**
شروع جنگ	صلح	هر مشکلی که بین دو ملت وجود دارد سبب می‌شود آن‌ها به این نتیجه برسند که بهترین راه‌حل جنگ است؛ آیا یک منبع طبیعی مانند آب یا نفت تا حد خطرناکی کاهش پیدا کرده است؟ آیا یکی از ملت‌ها سلاح خطرناکی ساخته است؟ آیا یکی از طرفین با کشور ثالثی پیمان اتحاد بسته است؟
پایان جنگ	جنگ	یکی از طرفین به‌قدری ضعیف شده است که اکنون باید دعوی صلح داشته باشد.
رسیدن جنگ به یک مرحله‌ی تعیین کننده	جنگ	معمولاً یک موقعیت تاکتیکی که یکی از طرفین می‌تواند از آن به نفع خود استفاده کند تا جهت جنگ را تغییر دهد؛ پلی که ناگهان آسیب‌پذیرشده، گذرگاهی کوهستانی، جبهه‌ی پشتیبانی، یا یک کارخانه‌ی مهمات‌سازی، همه می‌توانند هدف‌های تاکتیکی خوبی باشند.
آستانه‌ی تحول فرهنگی	زندگی طبق معمول	تقریباً هر چیزی می‌تواند جامعه را در برابر تغییرات فرهنگی آسیب‌پذیر کند؛ فناوری تازه، مهاجرت یک فرهنگ خارجی، اندیشه‌های جدید و یا حتی یک رمان تازه که مثل بمب صدا کرده است.
یک فاجعه‌ی طبیعی جامعه یا ملتی را تهدید می‌کند	زندگی طبق معمول	همین که جامعه یا ملت آمادگی این نوع خاص از فاجعه را نداشته باشند؛ خواه سیل باشد، خواه گردباد، یا زمین‌لرزه، این فاجعه قرار است زندگی عادی را شدیداً زیر و رو کند.

جدول ۶-۳ برخی از پیش‌زمینه‌ها را برای داستان‌هایی که روی تغییرات شخصی تمرکز می‌کنند، برمی‌شمرد. اگر داستان شما درباره‌ی تغییرات شخصی است، آنگاه پیش‌زمینه، اغلب پیشینه‌ی یک یا چند تن از شخصیت‌هاست. اما حتی در این گروه از داستان‌های بسیار شخصی هم دنیای داستانی بسیار اهمیت دارد. برای مثال، در یک دنیای داستانی که در آن خشـــونت علیه زنان امری طبیعی است، راه‌های پیشِ روی زن کتک خورده بسیار محدودند. به‌طور مشابه، دنیای داستانی بزرگ‌تر، عوامل تعیین‌کننده‌ی نوع اهداف شخصی شخصیت‌ها را تعریف می‌کند.

جدول ۶-۳ پیش‌زمینه‌های داستانی رایج برای تغییرات شخصی

سناریو	وضعیت موجود	نقطه ضعف
فردی تصمیم می‌گیرد برای بهبود زندگی‌اش تغییری ایجاد کند	"زندگی عادی، یا خسته کننده، یا مصیبت‌بار من"	"دیگر نمی‌توانم این‌طوری زندگی کنم" – زنی که تصمیم می‌گیرد دیگر کتک نخورد؛ معتادی که، به قول معروف، به آخر خط رسیده؛ یک کارگر کارخانه که می فهمد نمی‌تواند دستگاه حضور و غیاب را، حتی برای یک روز دیگر، تحمل کند
فردی تلاش می‌کند به یک هدف شخصی دست یابد	"زندگی من تا حالا"	"حالا آماده‌ام که به چیز جدیدی دست پیدا کنم" – دانشجوی کارشناسی‌ای که پس از فارغ‌التحصیلی قصد می‌کند دکترایش را هم بگیرد؛ دونده‌ای که تا به حال در مسابقات بیش از ۱۰ کیلومتر ندویده است، ممکن است تصمیم به شرکت در ماراتن بگیرد
فردی تصمیم می‌گیرد به خواسته‌اش برسد	"دارایی‌های شخصی من"	"حالا می‌دانم که نمی‌توانم زندگی‌ام را بدون داشتن این چیز فوق‌العاده ادامه دهم" – حالا این چیز می‌تواند یک کامپیوتر جدید، یک ماشین نو یا تابوت عهد باشد؛ وقتی شخصیتی تصمیم می‌گیرد که تا به‌دست آوردن آن از پای ننشیند، هر خواننده‌ای می‌خواهد به دو سؤال او پاسخ داده شود: چرا این چیز خاص؟ و چرا حالا؟
بد شدن اوضاع، در اثر تغییری که در راه است، زندگی کسی را تهدید می‌کند	"زندگی آرام من"	"من برای این تغییری که سر راه زندگی‌ام قرار گرفته آماده نیستم" – بیکاری، همسایه‌های پر سر و صدای جدید، یا طلاقی که انتظارش نمی‌رفت، می‌توانند ناگهان مثل پتک بر سر شخصیت داستان شما فرود آیند



این شما هستید که پیشینه‌ی شـــخصیت یا گروه فرهنگی‌تان را انتخاب می‌کنید. شما تصمیم می‌گیرید که چه نقطه ضعف‌هایی زمینه‌ی تغییر را فراهم می‌آورند. شما تصمیم می‌گیریـــد که چه رویدادی آغاز تغییرات را رقم می‌زنـــد. پس از گرفتن این تصمیمات باید، با اســـتفاده از ابزارهایی که در قسمت‌های قبلی این فصل از آن‌ها سخن گفته شد (گفـــت وگو و چکیده‌ی روایی)، دلایل انگیزه‌های فرهنگی داســـتان را برای خواننده‌ها توضیح دهید. در نشان دادن پیشینه‌ی یک شخص، شما یک ابزار اضافه و اساسی دارید که می‌توانید از آن بهره بگیریـــد: فلش‌بک. این ابزارها را در فصل ۲ توضیح داده‌ایم و تکنیک‌های استفاده از آن‌ها را هم در فصل‌های ۱۰ و ۱۵ به شما یاد می‌دهیم.

تعریف سؤال داستانی‌تان

به‌محض اینکه فهمیدید پیش‌زمینه‌ی داستان‌تان چیست و چه تغییری در آستانه‌ی وقوع است، باید سؤال داستانی خود را تعریف کنید. این سؤال تقریباً همیشه پرسشی است درباره‌ی یکی از شخصیت‌های داستان. این شخصیت قهرمان داستان شماست و سؤال داستانی الزاماً در باب این است که آیا او موفق می‌شود یا خیر.



یک سؤال داستانی خوب داستان شما را روی یک موضوع خاص متمرکز می‌کند و به‌شکلی شفاف تعریف می‌کند که موفقیت چه حالتی می‌تواند داشته باشد و شکست به چه معناست. سؤال داستانی شما باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- ✓ **بی‌طرف:** خواننده (معمولاً) باید بداند چطور می‌تواند تشخیص دهد که قهرمان داستان پیروز شده است یا نه.
- ✓ **ساده:** خواننده باید بتواند موفقیت را مجسم کند.
- ✓ **مهم:** خواننده باید باور کند که سؤال داستانی برای قهرمان داستان اهمیت دارد.
- ✓ **دست‌یافتنی:** خواننده باید باور کند که پاسخ سؤال داستانی می‌تواند مثبت باشد.
- ✓ **دشوار:** خواننده باید باور کند که پاسخ سؤال داستانی می‌تواند منفی باشد.

آیا کارلوس متخلص به شغال به ژنرال دوگل شلیک خواهد کرد؟ آیا فرودو حلقه‌ی قدرت را در تَرَک‌های کوه اهریمن خواهد انداخت؟ آیا دوروتی به خانه‌اش، در کانزاس، خواهد رسید؟ آیا اسکارلت اَشلی را پیدا خواهد کرد؟ این سؤالات داستان‌هایشان را صدها صفحه به پیش رانده‌اند. همه‌ی رمان‌ها به سؤال داستانی نیاز دارند. هرچه سؤال داستانی بهتر باشد، احتمال اینکه خواننده کتاب را تا پایان بخواند بیشتر خواهد بود.

مثال‌هایی از دنیای داستانی در چهار رمان مشهور

در این قسمت مثال‌هایی از دنیای داستانی چند رمان – در ژانرهای عاشقانه، تاریخی، مهیج و علمی ـ تخیلی – ارائه خواهیم کرد. درباره‌ی انگیزه‌های فرهنگی این رمان‌ها نیز با شما صحبت می‌کنیم و نشان‌تان می‌دهیم که پیش‌زمینه‌ی هر دنیای داستانی چطور به‌شکل طبیعی به سوی سؤالی خیز برمی‌دارد که کشمکش اصلی آن داستان را تعریف می‌کند.

غرور و تعصب

غرور و تعصب رمان عاشقانه‌ای است که جین آستن در اوایل قرن ۱۹ به رشته‌ی

تحریر در آورده اســـت. این داستان در انگلستان و در فاصله‌ی سال‌های ۱۸۱۱ و ۱۸۱۲ رخ می‌دهد و موضوع اصلی آن خانواده‌ی بِنِـــــت‌ها در لانگ‌بورن است و ماجراها به لندن و دِربی‌شایر هم کشیده می‌شوند. بنابراین می‌شود گفت که دنیای طبیعی این رمان بسیار محدود است: تکه‌ی کوچکی از جهان که چندان هم عجیب و ناشناخته نیست.

اما یک انگیزه‌ی فرهنگی خاص ســـبب می‌شـــود که این رمان هنـــوز هم مانند اولین روزهای انتشارش جالب توجه باشد. آقا و خانم بِـنِــــت پنج دختر دارند که هیچ‌کدام آن‌ها نمی‌توانند املاک خانواده‌ی بِـنِــــت در لانگ‌بورن را به ارث ببرند، زیرا املاک باید "الزاماً" به نزدیک‌ترین خویشـــاوند مرد "انتقال" پیدا کنند که این خویشاوند کسی نیست به جز یک روحانی اعصاب خردکن به نام آقای کالینز. پنج دختر خانواده به‌عنوان فرزندان یک مرد محترم از موقعیت اجتماعی خوبی برخوردارند، اما پولی در بساط ندارند و بنابراین آینده‌ی روشـــنی در انتظارشان نیست. این دخترها هیچ مهارت شغلی‌ای هم ندارنـــد و نمی‌توانند از عهده‌ی زندگی خود برآینـــد. بهترین امید آن‌ها ازدواج با مردانی است که ثروتمند هستند و اهمیتی به فقر آن‌ها نمی‌دهند. دشواری ازدواج کردن با یک آدم پولدار در ســـال ۱۸۱۱ به اندازه‌ی ســـختی این کار در قرن بیست و یکم بود. این انگیزه‌ی فرهنگی، یعنی انتقال اموال، نیز در قالب نابرابرهای جنســـیتی می‌گنجد و به این ترتیب رمان غرور و تعصب جلوه‌ای ابدی پیدا می‌کند.

وقتی داستان شروع می‌شود، وضعیت موجود این است که دختران خانواده‌ی بِـنِـــــت هنوز عروسی نکرده‌اند. نقطه ضعف وضعیت موجود این است که دو دختر بزرگ خانواده، یعنی جین و لیزی، به ســـن ازدواج رســـیده‌اند و اگر به‌زودی شوهر خوبی پیدا نکنند به دختر ترشـــیده تبدیل می‌شـــوند. مادر عزم‌اش را جزم کرده که این دو دختر را در اولین فرصت شوهر دهد.

داســـتان زمانی شروع می‌شود که محله با تغییر روبه‌روســـت. آقای جوان و ثروتمندی به نام آقای بینگ‌لی می‌خواهد ملک نِـــدِرفیلد را، که در همان حوالی واقع شده، اجاره دهد. بینگ‌لی درآمدی معادل ۵۰۰۰ پوند در ســـال دارد. اگر یکی از دختران خانواده‌ی بِـنِــت با وی عروسی کند، موقعیت اجتماعی بقیه‌ی دخترها هم بهتر می‌شود و ممکن است آن‌ها هم بتوانند ازدواج کنند. قهرمان داستان، یعنی لیزی بِـنِــــت، دومین دختر خانواده است. لیزی می‌خواهد با عشق ازدواج کند، نه برای پول و به همین علت شرایط را نسبت به دیگر دخترها برای خودش سخت‌تر کرده است.

حالا سؤال داستانی چنین است: آیا لیزی می‌تواند با مرد باشخصیتی آشنا شود که بتواند او را، با وجود فقرش، دوست بدارد؟

ستون‌های زمین

ستون‌های زمین، اثر کِـن فولِـت، یک رمان تاریخی است که دارای عناصر قوی تعلیق و عاشقانگی نیز هست. داستان این رمان، که در سال ۱۹۸۹ به چاپ رسید، در انگلستان قرن ۱۲ و در فاصله‌ی سال‌های ۱۱۲۳ تا ۱۱۷۴، رخ می‌دهد. داستان درباره‌ی یک شهر ساختگی به نامِ کینگزبریج است، که به شهری با همین نام شباهت دارد. دنیای داستانی این رمان کلاً در انگلستان واقع شده است.

این رمان چندین انگیزه‌ی فرهنگی دارد:

- ✓ بارون‌های انگلیسی، برای تضعیف شـــاه هنری اول و خانواده‌اش، از هیچ کاری دریغ نمی‌کنند. داستان با غرق شـــدن کشتی سپید و در نتیجه مرگ تنها وارث قانونی شاه هنری، پسرش ویلیام، آغاز می‌شود. در قسمت عمده‌ی داستان جنگ داخلی در حال ویران کردن انگلســـتان اســـت و در آســـتانه‌ی پایان رمان، شاه هنری دوم ـ که بابت قتل اسقف اعظم، تامس بِـــکِت، مجازات می‌شود ـ دیگر مشروعیت قانونی ندارد.
- ✓ معماری در حال تغییر اســـت، زیرا ریاضی‌دانان و مهندســـان مسلمان ایده‌های جدیدشان را از راه اسپانیا به اروپا انتقال داده‌اند. معماری گوتیک جدید، معماری رومی‌وار را که پیش‌تر در اروپا رواج داشته است، برمی‌اندازد.
- ✓ در کینگزبریج، یک کشـــمکش سه جانبه بر سر قدرت بین اسقف، کشیش ارشد صومعه و کُـــنت در گرفته است. راهبان صومعه می‌خواهند یک کلیسای جامع بسازند، اما بنـــای ماهری ندارند.

وقتی داســـتان شروع می‌شود، وضعیت موجود این است که شاه هنری، شاه قدرتمندی اســـت. نقطه ضعف موجود این اســـت که شـــاه، که در حال پیر شدن است، فقط یک وارث قانونی دارد و او پســـرش ویلیام است. وقتی دشمنان هنری کشتی سپید را سوراخ می‌کنند، غرق شدن ویلیام سبب می‌شـــود سرنوشت تخت سلطنت در هاله‌ای از ابهام فرو رود و به این ترتیب راه برای ناآرامی‌های داخلی هموار می‌شود.

تام بنا، که چیز زیادی از سیاســـت‌های دربار نمی‌داند، شـــخصیت اصلی قســـمت‌های آغازین کتاب اســـت. تام فقط می‌خواهد کلیسای جامع را درخور شکوه پروردگار بسازد. وقتی او را برای ســـاختن کلیســـای جامع کینگزبریج اســـتخدام می‌کنند، او با صومعه هم‌پیمان می‌شود و به این دلیل دیگر گروه‌ها با او دشمن می‌شوند. ناآرامی‌های داخلی انگلستان موانع بزرگی بر سر راه تام قرار می‌دهند.

ســـؤال داستان این است: آیا تام و پسرخوانده‌اش جَـــک می‌توانند با وجود تهدیدهای

آشوب‌های داخلی، دشمنان محلی و تحولات عظیم پیش آمده در طراحی‌های معماری کار ساختمان را به پایان رسانند؟

بازی میهن‌پرستان

بازی میهن‌پرستان رمان مهیجی است که توسط تام کلنسی نوشته و در سال ۱۹۸۷ چاپ شد. داستان این رمان در اوایل دهه‌ی ۸۰ میلادی رخ می‌دهد، بخشی از آن در لندن، بخشی در ایرلند و بخش دیگری در ایالات متحده به وقوع می‌پیوندد.

انگیزه‌ی فرهنگی اصلی، درگیری‌های طولانی مدتی است که در ایرلند شمالی، بین کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها وجود دارد. وضعیت موجود این است که ارتش جمهوری‌خواه ایرلند هرگز به خانواده‌ی سلطنتی حمله نکرده است. نقطه‌ضعف این است که گروه جدیدی به نام ارتش آزادی‌خواه آلستر (Ulster)، که به‌تازگی شکل گرفته است اهمیتی نمی‌دهد که به چه کسی حمله خواهد کرد. ارتش آزادی‌خواه آلستر گروهکی است کوچک، پنهانی، آموزش دیده، کاملاً مسلح، که از نظر مالی هم به‌خوبی تأمین می‌شود. اهداف این گروهک عبارتند از گروگان گرفتن اعضای خانواده‌ی سلطنتی و براندازی ارتش محلی جمهوری‌خواه ایرلند.

داستان زمانی شروع می‌شود که گروهک آلستر در روز روشن به شاهزاده چارلز، همسر و فرزند شیرخوارش در لندن حمله می‌کند. فقط اقدام به‌موقع جَک رایان است که جلوی موفقیت این حمله را می‌گیرد. رایان استاد تاریخ دانشگاه نیروی دریایی است. اما سازمان سیا به‌دنبال اوست تا او را برای پیوستن به این سازمان، به‌عنوان یک تحلیلگر، راضی کند. با نجات خانواده‌ی سلطنتی، رایان فوراً در بریتانیا تبدیل به یک قهرمان می‌شود؛ و طبعاً دشمن گروهک سری آزادی‌خواه.

سؤال داستان این است: آیا جَک رایان می‌تواند ارتش آزادی‌خواه آلستر را، پیش از آنکه آن‌ها از او و خانواده‌اش انتقام بگیرند، شناسایی کند و تحویل قانون دهد؟

بازی اِندِر

بازی اِندِر رمانی علمی ـ تخیلی، به قلم اورسن اسکات کارد است، که در سال ۱۹۸۵ به چاپ رسید. بخشی از داستان روی کره‌ی زمین رخ می‌دهد و بخشی از آن روی سیارکی به نام اِرُس. بیشترِ داستان در مدرسه‌ی نبرد رخ می‌دهد که سفینه‌ای است که دور زمین می‌گردد. زمان وقوع جریانات، حداقل یک قرن در آینده است (اما نه بیشتر از آن).

چند گروه فرهنگی در *بازی اِندِر* نقش ایفا می‌کنند. زمین دارای سه رهبر سیاسی است: هِجِمون، پُلِمارک و استراتِگوس. اکثر کشورها به زبان واحدی به نام زبان استاندارد

سخن می‌گویند اما خیلی از آن‌ها زبان مادری خود را به‌عنوان زبان دوم به بچه‌هایشان آموزش می‌دهند. مردم در "نِـــتس" بحث‌های سیاسی آتشین می‌کنند. اما هنوز هم در پس پرده‌ی اتحاد بین‌المللی، تمام ملی‌گرایی‌های ویرانگر گذشـــته به قوت خویش باقی‌اند. البته به خاطر خطر حملات بیگانگان، این مســـائل موقتاً کنار گذاشته شده‌اند.

پیش‌زمینه‌ی داستان پیچیده است. حدود ۸۰ سال پیش از آغاز داستان، یک نژاد بیگانه از موجودات هوشمند مورچه‌مانند ("باگرها") تلاش کردند به زمین حمله کنند. انسان‌ها حمله‌ی اول را به‌دشواری دفع کردند. زمانی‌که حمله‌ی دوم اتفاق افتاد، همه چیز تقریباً از دســـت رفته بود، اما یک جنگجوی استثنائی به نام مـــِـیزر رَک‌هام، با زحمت بسیار باگرها را شکست داد. اکنون زمین در اوج نگرانی، در انتظار حمله‌ی سوم است و می‌داند که دشمن این بار سلاح‌های بسیار وحشتناک‌تری را به‌کار خواهد برد.

فناوری بشـــری از زمان حمله‌ی دوم تاکنون توسعه یافته است. پیشرفت کلیدی زمانی حاصل شـــد که انســـان‌ها موفق به اختراع فناوری جدیدی به نام "اَنسیبـــِــل" شدند که به کمک آن می‌توانســـتند در لحظه، از هر مســـافتی در کیهان با هم ارتباط برقرار کنند. پیش از اختراع فناوری اَنـــسیبِل، نـــاوگان بین‌المللی به کمک ارتباطات رادیویی فقط می‌توانســـت با سرعت نور پیام‌ها را مخابره کند. این سرعت در قالب مسافت‌های بســـیار زیاد کیهانی بسیار اندک می‌نمود. اَنسیبـــِــل شانس انسان‌ها را در نبرد بالا برد اما وجودش برای پیروزی کافی نیست، زیرا تعداد باگرها از انسان‌ها خیلی بیشتر است.

تنها امید بشر این است که نابغه‌ای نظامی مانند مـــِـیزر رَک‌هام پیدا کند تا به کمک او بر باگرها چیره شـــود. ناوگان بین‌المللی دیوانه‌وار در زمین به جستجوی کودکانی با اســـتعدادهای خارق‌العاده می‌پردازد و آن‌ها را به مدرسه‌ی نبرد می‌برد تا آموزش ببینند. وضعیت موجود این اســـت که باگرها ممکن اســـت هر لحظه ســـر برسند و بشر هنوز آماده‌ی رویارویی با آن‌ها نیســـت. نقطه ضعف شـــرایط موجود این است که ظاهراً یک کودک ۶ ساله اولین گزینه‌ی ممکنِ ناوگان است.

اندرو ویگین کوچک (که اِندِر صدایش می‌زنند) یک بچه‌ی اســـتثنائی و سومین بچه‌ی خانواده‌اش در زمینی اســـت که دچار انفجار جمعیت اســـت و خانواده‌های کمی در آن اجازه‌ی به دنیا آوردن بیش از دو فرزند را دارند. اِندِر استعداد نظامی بسیار خوبی از خود نشان می‌دهد. او باهوش و سرسخت است و تعادل خوبی بین ظرفیت استثنائی‌اش برای همدلی و بی‌رحمی بی‌بدیلش برقرار کرده است.

بازی اِندِر داستان اِندِر است که داوطلبانه در برنامه‌ی آموزشی سهمگینی شرکت می‌کند تا برای نبرد بعدی زمین با باگرها آماده شـــود. مربیـــان اِندِر معتقدند که جنگ بعدی با نابودی یکی از دو طرف – زمینی‌ها یا بیگانگان – تمام خواهد شد.

سؤال داستانی این است: آیا اِندِر ویگین می‌تواند رده‌های مدرسه‌ی نبرد را به‌سرعت طی کند و به‌موقع فارغ‌التحصیل شود تا مردم سرزمینش را نجات دهد؟

واکاوی دنیای داستانی

دانش شما درباره‌ی دنیای اطراف به شما کمک می‌کند زندگی کنید، غذا بخورید، کار کنید، ازدواج کنید، بچه‌دار شوید، دوست پیدا کنید، مهمانی بگیرید، مناسبت‌ها را جشن بگیرید، سفر کنید، وصیت‌نامه بنویسید، دعوی قانونی طرح کنید و در برابر دشمنان‌تان محافظت شوید. اگر ندانید که این موارد چطور در دنیای داستانی شما امکان‌پذیرند، آنگاه چطور می‌خواهید همچنان که شخصیت‌هایتان می‌کوشند به یکی از آن‌ها بپردازند، درباره‌شان بنویسید؟



پژوهش کمک می‌کند شما در برابر بیماری بسیار خطرناکی به نام خشکی قلم ایمنی پیدا کنید. این بیماری اغلب فقط به خاطر نداشتن دانش کافی درباره‌ی دنیای داستانی بروز می‌کند. پژوهش، دیدگاه‌های جدید و قدرتمندی برایتان به همراه می‌آورد که شما را به وجد می‌آورند و در نهایت ممکن است خواننده را هم به وجد آورند.

چه چیزهایی را باید درباره‌ی دنیای داستانی بدانیم؟ همه چیز! اما از آنجا که داشتن دانش کامل امکان‌پذیر نیست، پژوهش شما همیشه ناتمام خواهد بود. برای تمام مقاصد عملی، شما باید به‌قدری تحقیق کرده باشید که انتظارات خواننده‌ها را برآورده کنید. ما در اینجا توضیح نمی‌دهیم که چطور باید تحقیق کنید. اما منابع بدیهی اطلاعاتی که به آن‌ها نیاز دارید از این قرار است:

- ✓ تجربیات شخصی (که همیشه قابل بسط دادن هستند)
- ✓ دیگر افراد
- ✓ کتاب
- ✓ اینترنت
- ✓ سایر منابعی که شما در طول یک عمر کسب آگاهی با آن‌ها آشنا شده‌اید

دغدغه‌ی اصلی ما در اینجا این است که به شما بگوییم برای تحقیق درباره‌ی دنیای داستانی‌تان واقعاً به چه چیزهایی نیاز دارید (و چقدر باید تحقیق کنید) تا بتوانید کتاب خود را بنویسید.

شناسایی چیزهایی که باید درباره‌ی دنیای داستانی بدانید

ممکن است همین الان هم دنیای طبیعی، گروه‌های فرهنگی و پیش‌زمینه‌ی داستان خود را در ذهن داشته باشید (به قسمت‌های قبلی مراجعه کنید) یا اینکه هنوز در تکاپوی درک آن‌ها باشید. فرقی نمی‌کند در چه مرحله‌ای هستید؛ پرسیدن چند سؤال از خودتان جزئیات کافی را در اختیارتان قرار می‌دهد تا به کمک آن‌ها بتوانید مفهومی قانع کننده از زمان و مکان را به خوانندگان ارائه کنید.

ما هرگز نمی‌توانیم فهرست کاملی در اختیارتان قرار دهیم. اما مواردی که در ادامه می‌خوانید اصلی‌ترین موضوعات مربوط به دنیای داستانی هستند که باید پیش از نوشتن، درباره‌شان تحقیق کنید (یا از قبل اطلاعات داشته باشید):

- ✓ **جغرافیا:** جغرافیا صحنه‌ی جامد دنیای شماست: قاره‌ها، اقیانوس‌ها، رودخانه‌ها، دریاچه‌ها، کوهستان‌ها و غیره. اگر داستان شما روی سیاره‌های مختلفی به وقوع بپیوندد، شما باید با جغرافیای هر کدام از آن‌ها آشنا باشید. اگر داستان شما به یک کشور یا شهر یا خانه محدود است، شما می‌توانید پژوهش خود را به جغرافیای آن محل خاص محدود کنید.
- ✓ **آب و هوا:** آب و هوا را الگوهای بلند مدتِ شرایط جوی دنیای داستانی تعریف می‌کنند. آیا منطقه‌ی داستان شما در تمام سال آفتابی است؟ یا دائماً شاهد یخ‌بندان است؟ چقدر باران می‌بارد؟ میانگین دما در زمستان، بهار، تابستان و پاییز چقدر است؟ (آیا اصلاً این چهار فصل را دارید؟ یا فصل‌های کمتر یا بیشتری در دنیای داستان‌تان وجود دارد؟ مثلاً آیا منطقه‌ی داستان شما، به‌جای این فصل‌ها، یک فصل بارش و یک فصل خشکی دارد یا وضعیت آب و هوایی آن جور دیگری است؟) در دنیای داستانی شما هر چند وقت یک‌بار مه دیده می‌شود؟ رعد و برق و طوفان چطور؟ تگرگ، گردباد، تندباد یا زمین‌لرزه چطور؟
- ✓ **گروه‌های فرهنگی:** چه نژادهایی از انسان (یا دیگر گونه‌های هوشمند) ساکن دنیای داستانی شما هستند؟ آن‌ها چطور در قالب گروه‌های خانوادگی، قبایل، واحدهای سیاسی، ملل، امپراتوری‌ها یا هم‌پیمانان گرد هم آمده‌اند؟ چرا به این نحو دور هم جمع شده‌اند؟ چه ناسازگاری‌های سیاسی‌ای سبب می‌شود این گروه‌ها با هم اصطکاک پیدا کنند؟
- ✓ **تاریخ:** گروه‌های فرهنگی دنیای داستانی شما چه مدت از گذشته‌ی خود را ثبت کرده‌اند؟ تاریخ آن‌ها شفاهی است یا کتبی؟ اصلاً تاریخ آن‌ها شامل چیست؟ آن‌ها در چه جنگ‌هایی شرکت کرده‌اند؟ آیا دوران صلح هم داشته‌اند؟ اگر بله، آن دوران‌ها چگونه بوده است؟ چه پیشرفت‌های فرهنگی‌ای نشانه‌ی رشد دنیای داستانی شما بوده‌اند؟

- ✓ **زبان:** گروه‌های فرهنگی متعدد داستان شـــما به چه زبان‌هایی سخن می‌گویند و ایـــن زبان‌ها با هم چه ارتباطی دارنـــد؟ آیا این زبان‌ها به گویش‌های گوناگون تجزیه می‌شـــوند؟ آیا بعضی از گروه‌ها به بیش از یک زبان سخن می‌گویند؟ اگر چنین اســـت، برای این امر چه توضیح مذهبی، تاریخی یا سیاسی‌ای وجود دارد؟ آیا گروه‌های مختلف، داوطلبانه یا به اجبار زبان‌های یکدیگر را یاد می‌گیرند؟
- ✓ **فرهنگ:** دنیای فرهنگی گروه‌های انســـانی داستان شما چگونه است؟ آن‌ها چه می‌خورند؟ غذایشـــان را چطور و همراه چه کسی می‌خورند؟ شریک زندگی‌شان را چطور انتخاب می‌کنند؟ آیا اصلاً شـــریک زندگی دارند؟ چه تن‌شان می‌کنند؟ چه زمانی می‌خوابند؟ آیا اصلاً می‌خوابند؟ در چه نوع خانه‌هایی زندگی می‌کنند؟

  دنبال چه نوع مشـــاغلی هســـتند؟ آیا اهـــل تجارت‌اند یا برای راحتی‌شـــان به ســـازمان‌های تجاری بزرگ وابسته‌اند؟ آیا در کارشـــان تخصص دارند یا دستی در هر کاری دارند؟

  چه نوع تفریحاتی دارند که وقتی ســـر کار نیستند، زمان خود را سپری کنند؟ آیا آن‌ها اصلاً وقت آزاد دارند؟ به چـــه نوع ورزش‌هایی می‌پردازند؟ چه نوع هنری می‌آفرینند؟ چه ادبیاتی مطالعه می‌کنند یا می‌نویســـند؟ کدام سیســـتم قانونی از حقوق‌شان دفاع می‌کند؟
- ✓ **علم و فناوری:** سطح پیشرفت‌های علمی گروه‌های فرهنگی متعدد داستان شما چیســـت؟ سطح دستاوردهای مهندسی و فناوری‌شان چه؟ آیا بعضی از گروه‌ها از نظر فنی بر دیگران برتری دارند؟ آیا آن‌ها از این برتری برای سرکوب نظامی یا اقتصادی دیگران اســـتفاده می‌کنند؟ اگر چنین است، به چه صورت؟ این مشکل در جامعه‌ی دنیای داستانی شما چه شکاف‌هایی پدید می‌آورد؟
- ✓ **مذهب، اساطیر و مقصد:** گروه‌های فرهنگی متعدد شما مبدأ آفرینش خود و جهان را چطور توصیف می‌کنند؟ آیا این توضیحات جنبه‌ی مذهبی، علمی، یا اساطیری دارند؟ یا جور دیگری‌اند؟ گروه‌های فرهنگی داســـتان شـــما فکر می‌کنند برای چه وجود دارند؟ آن‌ها چه آینده‌ای را برای خود مجســـم می‌کنند؟ آیا این آینده، دوران صلح و زندگی مســـالمت‌آمیز با دیگران اســـت یا دوران چیرگی بر آن‌ها؟ یـــا اینکه آینده‌ی نهایی به معنی ویرانی کامل دیگر گروه‌های فرهنگی اســـت؟

اگر رمان علمی ـ تخیلی، خیال‌انگیز یا تاریخی می‌نویسید، آن‌گاه این سؤالات تنها آغاز کارند و شـــما باید به واکاوی عمیق‌تری بپردازید. از سویی دیگر اگر پیرو این توصیه‌ی معروف هســـتید که "آدم باید چیزی را بنویسد که می‌داند"، آنگاه ممکن است احساس کنید این سؤالات ربطی به داستان شما ندارند و لازم هم نیست تحقیقی بکنید.

دانستن اینکه چقدر تحقیق کافی است

بالاخره تحقیق باید یک جایی به پایان برسد. اگر این اتفاق نیفتد شما هیچ وقت رمان خود را نخواهید نوشت. جِی. آر. آر. تالکین برای خلق زمین میانه چند دهه زحمت کشید اما در نهایت یک روز نشست و شروع به نوشتن *هابیت* و *ارباب حلقه‌ها* کرد.



چقدر باید تحقیق کنیم؟ اطلاعاتی که می‌دانید باید صد برابر از آنچه در داستان به‌کار می‌برید بیشتر باشد. ما نمی‌توانیم این نکته را ثابت کنیم، اما شدیداً به آن باور داریم.

اگر دنیای داستانی شما دنیای ساده‌ای است که در آن زندگی می‌کنید، تحقیق شما تقریباً انجام شده است. شما آن‌قدری در این دنیا زندگی کرده‌اید که بدانید چطور در موردش رمان بنویسید. پس احتمالاً اطلاعات‌تان از آن حداقل درنظر گرفته شده بسیار بیشتر است.

اگر دنیای داستانی‌تان را به‌خوبی نمی‌شناسید، باید دست به‌کار شوید. مقدار تحقیقی که باید انجام دهید به‌شدت به‌گونه‌ی داستانی‌تان بستگی دارد. گونه‌های داستانی زیر بیشترین تحقیق را لازم دارند. تحقیق درباره‌ی تمام گونه‌های دیگر با آزادی بیشتری صورت می‌گیرد:

✓ **تاریخی:** توجه کنید که رمان تاریخی یک گونه‌ی رسمی از رمان نیست. واژه‌ی تاریخی صفتی است که می‌تواند کنار اسم هر گونه‌ی داستانی دیگری، که در فصل ۳ به آن پرداختیم، به‌کار رود. اما از این ایراد فنی که چشم بپوشیم، اگر شما می‌خواهید هر نوع رمان تاریخی‌ای را بنویسید باید حسابی در تحقیقات‌تان دست و دلبازی به خرج دهید.



قاعده‌ی کلی این است که اگر می‌توانید چیزی را پیدا یا ریشه‌یابی کنید، نباید درباره‌ی آن چیزی از خودتان بنویسید. اما اگر موضوعی هست که واقعاً ناشناخته مانده، پر کردن شکاف‌های اطلاعاتی با استفاده از قوه‌ی تخیل آگاهانه‌تان اشکالی ندارد.

✓ **علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز:** رمان‌های علمی ـ تخیلی و خیال‌انگیز معمولاً نیازمند نوعی تحقیق تخصصی به‌نام ساخت دنیاست. شما باید همان سؤالاتی را پاسخ دهید که در صورت تحقیق روی رمان تاریخی باید پاسخ می‌دادید. اما این بار به‌جای اینکه در کتابخانه دنبال مطلب بگردید، آن‌ها را، با تکیه بر حیات درونی و سرشار خود، اختراع می‌کنید. تنها شرط موجود در اینجا این است که دنیای داستانی‌تان ماهیت یکپارچه‌ای داشته باشد.

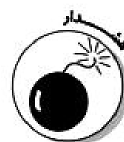


اگر داستان علمی ـ تخیلی یا خیال‌انگیز می‌نویسید، ممکن است بتوانید از مطالعه درباره‌ی دیگر فرهنگ‌های کره‌ی زمین هم بهره ببرید تا تنوع ممکن

برای گونه‌های موجود در یک سیاره را هم ببینید. این کار می‌تواند کمک‌تان کند فرهنگ‌های دیگری را در نقاط دیگر کیهان مجسم کنید.

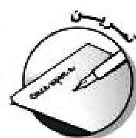
- ✓ **رمان‌های مهیج تخصصی-نظامی:** این نوع رمان بی‌شک توسط تام کلنسی خلق شد و این نویسنده به خاطر تحقیقات موشکافانه‌اش معروف است. اگر می‌خواهید چنین رمانی بنویسید، باید هنگام صحبت درباره‌ی سلاح‌ها، تجهیزات، تاکتیک‌ها، شیوه‌ها و محاسبات دقت زیادی نشان دهید. خوانندگان شما اگر بتوانند یک ایراد کوچک از اطلاعات‌تان بگیرند، خیلی خوشحال می‌شوند و یک اشتباه کوچک از سوی شما می‌تواند احترام و سودی را که آن‌ها برایتان به همراه دارند از بین ببرد.
- ✓ **رمان‌هـــای مهیج حقوقی:** این نوع رمان معمولاً وارد جزئیات محرمانه‌ی حقوقی می‌شود. اگر می‌خواهید در این ژانر فعالیت کنید، باید مشق‌هایتان را هم بنویسید. اگر واقعاً وکیل هستید، حرفه‌تان برایتان امتیازاتی به همراه دارد؛ اگر نه، به‌سراغ کتاب‌ها بروید یا یک حقوق‌دان پیدا کنید که مایل است کمک‌تان کند.

اگر عاشـــق تحقیق هستید، واقعیت دردناکی که باید بدانید این است که اطلاعات شما درباره‌ی دنیای داســـتانی‌تان هرگز به آن حدی نخواهد رســـید که راضی‌تان کند. شما همیشه در حال کشـــف چیزهای جالب و جدید خواهید بود. اگر امسال وقت بگذارید و رمان خود را بنویسید، ممکن است سال آینده چیزی کشف کنید که نشان دهد در رمان امســـال‌تان اشـــتباه کرده‌اید. باید خطر کنید. زندگی کوتاه است و پژوهش پایانی ندارد. پس هر وقت به اندازه‌ی کافی زحمت کشیدید و خسته شدید نفسی تازه کنید. در ضمن منظور ما از "به اندازه‌ی کافی" زمانی است که دانش‌تان صد برابر دانش مورد نیاز برای نوشتن رمان شده باشد. با شما هســـتیم! خیلی هم جدی می‌گوییم! وقتی دانش‌تان به این حد رسید، دست از پژوهش بکشید!



چـــه داســـتان‌تان در دنیای خودتان رخ دهـــد، چه در یک دنیای بیگانـــه، لطفاً، لطفاً، لطفـــاً این روی دیگر قانون هم یادتان باشـــد: هرگز همه‌ی دانســـته‌هایتان را در یک رمان رو نکنید. (ما رمان‌هایی خوانده‌ایم که در آن‌ها نویســـنده تصمیم گرفته است که همه‌ی دانســـته‌هایش را ارائه کند. به ما در این مورد اطمینان کنید: شیوع بیماری‌های خفاش‌ها آن‌قدری که برای شما جالب است، برای خواننده جالب نیست). فقط یک‌درصد دانسته‌هایتان را بگویید. اگر نصیحت ما را، مبنی بر دانستن صد برابر بیشتر از آنچه برای نوشتن رمان لازم اســـت، بپذیرید، آنگاه می‌توانید بدون انجام حتی یک دقیقه تحقیق اضافی، ۹۹ تا کتاب بنویسید.

توانایی توضیح دنیای داستانی به هدف فروش کتاب



دیر یا زود شـــما مجبور خواهید شد دنیای داستانی خود را آن‌قدر خوب درک کنید که بتوانید پیش‌زمینه‌ی داســـتانی آن را تعریف کنید. اگر روزی قرار باشـــد که داستان خود را برای یک ناشـــر یا نماینده‌ی ادبی توضیح دهید، حتماً به داشـــتن چنین درک بالایی از دنیای داســـتانی نیاز پیدا خواهید کرد. یک ورق کاغذ بردارید یا برنامه‌ی وُرد را روی کامپیوترتان باز کنید و به سؤالات زیر پاسخ دهید:

- ✓ **دنیای طبیعی داستان شما چیست؟** مرزهای جغرافیایی رخدادهای داستان خود را توصیف کنید. اگر داســـتان شـــما به یک فاجعه‌ی طبیعی وابسته است، آن را توصیف کنید. اگر داستان خیال‌انگیز می‌نویسید و در آن عنصر سحر و جادو وجود دارد، محدوده‌های آن را مشـــخص کنید. اگر داستانی علمی ـ تخیلی می‌نویسید کـــه به قوانین فیزیـــک – یا علوم دیگر – بســـتگی دارد، توضیح دهید که این قوانین به چه نحو با قوانین دنیای عادی متفاوتند. پاسخ خود را به یک تا دو بند محدود کنید.
- ✓ **گروه‌های فرهنگی داستان شما کدامند؟** هر گروه فرهنگی موجود در داستان را توصیـــف کنید و در خلال این توصیف، انگیزه‌های فرهنگی اصلی مؤثر بر آن‌ها را (سیاست، زبان، اقتصاد، تاریخ، حقوق، جامعه‌شناسی، مذهب، اسطوره‌شناسی و غیره)، که روی داســـتان شما هم تأثیر می‌گذارند، بیان کنید. به عنوان کردن سه تا چهار مورد بسنده کنید و سپس بگویید چرا موارد انتخابی‌تان حائز اهمیت‌اند.
- ✓ **چه چیزی تغییر را در داســـتان شـــما امکان‌پذیر می‌کند؟** تمایل برای به‌دست آوردن، انجام دادن یا تبدیل شـــدن به چیزی؟ یا فاجعه‌ای در آستانه‌ی وقوع که باید از آن دوری شـــود؟ چه چیزی مانع این شد که ماجرای داستان شما پیش‌تر اتفاق بیفتد؟ چه چیزی مانع می‌شود که این اتفاق در آینده بیفتد؟

حالا ســـؤال داستانی رمان خود را بنویسید. مثال‌های پیشین ما را به‌عنوان راهنما به‌کار بندید، یا سؤال داستانی خود را به‌شکل مقابل طرح کنید: "آیا [شخصیت اصلی] می‌تواند با وجود [موانع داستان] به [هدف داستان] دست پیدا کند؟"

ممکن اســـت شما هنوز سؤال داســـتانی خود را ندانید. ممکن است دنیای داستانی خود را به‌درستی نفهمیده باشید، یا هنوز ندانید که کدام قسمت(های) پیش‌زمینه‌ی داستانی شما مهم‌تر هســـتند. ولی بالاخره این‌ها را خواهید دانست. اگر این اطلاعات را ندارید، لازم نیست الان نگرانش باشید، فقط همزمان با نوشتن داستان به آن‌ها فکر کنید. یک روز، شاید روزی که انتظارش را نداشـــته باشید، قضایا جا می‌افتند. وقتی چنین شد، به این صفحه برگردید و به سؤالات بالا پاسخ دهید.

فرایندی که برای پیدا کردن ماجرای داســـتان‌تان در پیش می‌گیرید مهم نیست. اینکه برای این منظـــور، چه اقداماتی را به چه ترتیبی انجام می‌دهید هم مهم نیســـت. تنها چیزی که مهم اســـت این است که در نهایت داستانی داشته باشید که هم خواننده‌ها را وجد آورد و هم بتوانید آن را برای نماینده‌ی ادبی یا ویراستار توضیح دهید. تعریف سؤال و پیش‌زمینه‌ی داستانی‌تان دو تکه‌ی این پازل هستند.

فصل ۷

خلق شخصیت‌های باورپذیر

در این فصل

- پر کردن نقش شخصیت‌ها
- برتابیدن گذشته‌ی شخصیت‌ها
- نشان دادن وقایع از دریچه‌ی چشم شخصیت
- روایت داستان در زمان حال یا گذشته
- کمک به خواننده در شناخت شخصیت‌ها

اگر می‌خواهید داســـتانی حقیقتاً به‌یاد ماندنی بنویسید، بهترین راه پیش پایتان این است که کار را با یک شـــخصیت فوق‌العاده آغاز کنید؛ شخصیتی که از صفحات کتاب بیرون می‌جهد و پا درون ذهن خواننده می‌گذارد. یک شخصیت فوق‌العاده کاملاً واقعی به‌نظر می‌رســـد و گذشـــته، حال و آینده دارد. در این فصل به اجزای مختلف شخصیت نگاه می‌کنیم و توضیح می‌دهیم که کارکرد هر کدام از آن‌ها به چه صورت است.



داستان‌نویســـان زمان بسیـــــار زیادی را صرف توسعه و شناخت شخصیت‌های اصلی خود می‌کنند؛ آن‌ها برای زندگی شخصیت‌ها سوابق پیچیده‌ای در نظر می‌گیرند و عمق گذشـــته‌ی آن‌ها را می‌کاوند تا انگیزه‌هایشـــان را پیدا کنند. ایـــن کار وقت تلف کردن نیست! اگر شما شخصیت‌هایتان را نشناسید، خواننده‌ها هم آن‌ها را نخواهند شناخت.

در این فصل کمک‌تان می‌کنیم گذشته، حال و احتمالاً آینده‌ی شخصیت‌ها را بشناسید و بعد آن‌ها را برای خواننده فاش کنید. همچنین کمک‌تان می‌کنیم داستان را چطور از دریچه‌ی نگاه شـــخصیت‌ها نشان دهید (چه راوی داستان خود شخصیت باشد، چه شما باشید که داستان او را تعریف می‌کنید).

تعریف شخصیت‌ها: چه کسی در رمان شما نقش دارد؟

قطعاً شـــما در خلق شـــخصیت‌ها نوآوری می‌کنید. اما در عین‌حال در رابطه با نحوه‌ی عملکرد بعضی از آن‌ها در داستان، الگوهای تثبیت شده‌ای را هم دنبال می‌کنید. به این

الگوها می‌گویند *کهن‌الگو*. کهن‌الگو به خواننده کمک می‌کند ارتباط داستان را درک کند. به نمونه‌هایی از کهن‌الگوهای رایج در داستان‌نویسی نگاه کنید:

- ✓ **قهرمان (آدم‌خوبه):** آدم‌خوبه‌ی داستان شما معمولاً همان کسی است که خواننده از او هواداری می‌کند. اکثر رمان‌ها یک قهرمان قوی دارند که اغلب دارای ایراداتی هم هست. جک رایان قهرمان بسیاری از رمان‌های تام کلنسی است. رابرت لنگ‌دان قهرمان رمان *راز داوینچی*، نوشته‌ی دن براون است. در اکثر گونه‌های داستانی قهرمان می‌تواند مذکر یا مؤنث باشد. آیلا، یک انسان مؤنث، قهرمان مجموعه داستان‌های *قبیله‌ی خرس غارنشین*، نوشته‌ی جین اَول است. کینزی میل‌هون قهرمان مجموعه داستان‌های رمزآلود خانم سو گرَفتُن است که اولین داستان آن *"میم" مثل مدرک* نام دارد.

  در رمان‌های عاشقانه، قهرمان داستان زن (*شیرزن*) است و فرد مورد علاقه‌ی او نقشی حاشیه‌ای دارد اما در هر صورت او هم قهرمان داستان تلقی می‌شود. در این‌گونه‌ی داستانی، تمام شخصیت‌های دیگر نقش‌های ثانویه دارند. در *بر باد رفته* اسکارلت و رِت دو قهرمان اصلی (زن و مرد) داستان‌اند.

- ✓ **ناقهرمان (آدم‌بده):** آدم‌بده‌ی داستان معمولاً کسی است که در برابر آدم‌خوبه قد علم می‌کند. در مجموعه‌های طولانی یک قهرمان دارای چندین دشمن یا ناقهرمان است؛ یکی برای هر کتاب. مثلاً در مجموعه‌ی جیمز باند، هر داستان ناقهرمان جدیدی دارد. البته ممکن است این شخصیت منفی زنده بماند و بار دیگر در داستان ظاهر شود، مثل کارلا، جاسوس چیره‌دست اهل شوروی در سه‌گانه‌ی بی‌نظیر جان لو کاره: *بندزَن، خیاط، سرباز، جاسوس*، دنباله‌ی آن *شاگرد شریف* و قسمت آخر آن *افراد آقای اسمایلی*. آدم‌بده ممکن است شخصیت اصلی نیز باشد، مثل شغال در رمان *روز شغال*، نوشته‌ی فردریک فورسایت.

- ✓ **ضدقهرمان:** این مورد یک قهرمان نامتعارف است که ویژگی‌های قهرمان‌های معمول را ندارد. به‌عنوان مثال می‌توان به به اَلِک لیماس اشاره کرد؛ جاسوس چالاکی که در رمان جان لو کاره، *جاسوسی که از سردسیر آمد*، به یک جاسوس سه‌جانبه تبدیل می‌شود.

- ✓ **وردست:** این شخصیت معمولاً دوست صمیمی قهرمان داستان است که اغلب دارای خصلت‌هایی است که مکمل شخصیت اصلی‌اند. دکتر واتسون در مجموعه‌ی شرلوک هلمز نقش وردست را دارد و اغلب با هفت‌تیر یا نیروی جسمانی خود به یاری عدالت می‌شتابد. اسپایک و مک‌کوی وردست‌های دوقلوی کاپیتان کِرک در مجموعه‌ی جنگ *ستارگان* هستند که از روحیات منطقی و احساسی وی پشتیبانی می‌کنند.

✓ **موشـــد:** مرشد معلمی دانا و مُسن است که قهرمان داستان را در راه بلوغ هدایت می‌کند. اوبی‌وان کنوبی در جنگ *ســـتارگان* نقش مرشدِ لوک اسکای‌واکر را ایفا می‌کند. گندالف در ارباب حلقه‌ها مرشـــد فرودو بگینز اســـت. نقشِ مرشد نقش خطرناکی اســـت؛ مرشد اکثراً می‌میرد و قهرمان را – که هنوز کاملاً تعلیم ندیده – به حال زار خود رها می‌کند.

اگـــر کمی تحقیق کنید فهرســـت‌های بلند بالایی از کهن‌الگوها خواهید یافت: شـــیاد، چندچهـــره، ابله، جادوگر، قلدر، قصه‌گو، اغواگر و بســـیاری دیگر. این فهرســـت‌ها هم می‌توانند به فکر شـــما جهت دهنـــد و هم در نظرتان بدیهی بنمایند؛ این بســـتگی به استعداد طبیعی شما در خلق شخصیت دارد.



عجیب نیست اگر ویژگی‌های دو کهن‌الگو را با هم ترکیب کنیم یا شخصیتی کهن‌الگویی را به‌شـــکل نامتعارفی بازی دهیم. پیشنهاد می‌کنیم اجازه ندهید کهن‌الگوهایتان کلیشه شـــوند (کمی جلوتر، قسمت "پرهیز از کلیشـــه" را بخوانید). اما اگر تفکر کهن‌الگویی کمک می‌کند شخصیت‌هایی قوی بسازید، آن‌گاه به این ایده‌های نیرومند میدان دهید و ببینید شما را به کجا می‌برند.

پیش‌زمینه: هر شخصیت گذشته‌ای دارد

شخصیت شما دیروز به دنیا نیامده اســـت. او پیشینه‌ی خانوادگی طولانی و پیچیده‌ای دارد کـــه به عهد دقیانوس بر می‌گردد. همچنین کودکی او سرشـــار از فراز و نشـــیب و خوشـــبختی و بدبختی است. گذشته‌ی شخصیت شـــما تحت عنوان پیشینه شناخته می‌شـــود و امری حیاتی است. در این قسمت درباره‌ی اهمیت پیشینه صحبت می‌کنیم، کمک‌تان می‌کنیم طرح ســـاده‌ای از شـــخصیت‌تان خلق کنید و برای پرهیز از کلیشه سازی نکته‌هایی را با شما در میان می‌گذاریم.

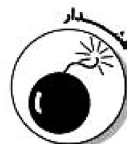
درک دلیل اهمیت پیشینه



گذشـــته‌ی شخصیت نشان می‌دهد که چه جور آدمی پا به داستان می‌گذارد. اما گذشته فقط یک تابلوی راهنمای ناقص در مســـیر آینده است. شخصیت شما از خودش اختیار دارد و می‌تواند تصمیم بگیرد که از گذشـــته‌اش فاصله بگیرد و آینده‌ی تازه‌ای را برای خود رقم بزند. اما آیا او موفق می‌شـــود؟ هدف شما به‌عنوان یک رمان‌نویس این است که امکان موفقیت او را، بدون قطعیت بخشیدن به آن، برایش فراهم کنید.

در این قســـمت ما توضیح می‌دهیم که چرا پیشینه برای شما اهمیت زیادی دارد و چرا برای خواننده چندان مهم نیست.

چرا پیشینه برای شما مهم است؟



شما باید بدانید شخصیت‌تان از کجا آمده، زیرا در غیر این صورت نمی‌توانید بفهمید او چه می‌خواهد یا چرا به شکل خاصی رفتار می‌کند. اگر شما ندانید، خواننده هم نمی‌داند.

البته لازم نیست پیشینه‌ی شخصیت خود را به یکباره بفهمید. بسته به الگوی نوشتاری خلاق‌تان، ممکن است قبل از شروع به نوشتن، هیچ اطلاعاتی از پیشینه‌ی شخصیت داستان نداشته باشید (برای اطلاعات بیشتر در مورد الگوهای نوشتاری به فصل ۴ مراجعه کنید). مهم نیست پیشینه چه زمانی شکل می‌گیرد؛ شما بالاخره باید از آن آگاه شوید.

نویسندگان الگوهای غریزی و ویرایش همزمان به‌ندرت پیشینه را از قبل آماده می‌کنند. آن‌ها فقط، با همان مطالب اندکی که می‌دانند، شروع به نوشتن می‌کنند. هرچه بیشتر می‌نویسند، شخصیت‌هایشان را بهتر می‌شناسند. شخصیت‌ها ذره ذره خود را آشکار می‌کنند: مثلاً در شب جشن فارغ‌التحصیلی دبیرستان چه اتفاقی افتاد، راز مگوی تخم‌مرغی که در کلاس دوم راهنمایی در کمد مدرسه پیدا شد چه بود، یا اینکه چطور در کودکستان مجبور شدند یک عنکبوت را قورت بدهند. در پایان رمان، نویسنده دیگر به‌خوبی شخصیت‌ها را می‌شناسد و پیشینه‌ی آن‌ها را هم از بر است. در این مرحله وقت آن می‌رسد که رمان بازنویسی شود و قضیه‌ی عنکبوت به‌درستی توضیح داده شود.

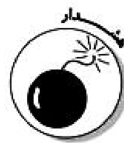
پیروان الگوی دانه‌برفی و طرح کلی ترجیح می‌دهند پیشینه را قبل از شروع به‌کار به‌طور کامل آماده کنند. آن‌ها، برای این منظور، به شخصیت‌ها فکر می‌کنند، با آن‌ها مصاحبه می‌کنند و طرح‌های جامعی از زندگی آن‌ها ترسیم می‌کنند.

چرا پیشینه اهمیت چندانی برای خواننده ندارد؟

خطر در کمین نویسنده‌ی ناآگاه است: به‌محض اینکه پیشینه‌ی شخصیت را به‌طور کامل فهمیدید، بی‌تاب می‌شوید که آن را به خواننده هم بگویید. شنیدن این مطلب برای اکثر نویسنده‌ها دردناک است، اما خواننده نوشتار شما را به خاطر داستانش می‌خواند – یعنی چیزی که در حال وقوع است – نه به خاطر پیشینه‌ی آن. پیشینه، خبری دست چندم است. بله، وجود پیشینه برای "زمان حال" لازم است، اما خودِ "زمان حال" نیست.

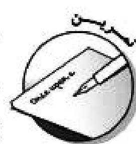


کار شما به‌عنوان داستان‌نویس این است که خواننده را طوری به داخل داستان بکشانید که او در نهایت کنجکاو شود که بداند چرا شخصیت داستان رفتار خاصی از خود بروز می‌دهد. اینجا همان جایی است که شما می‌توانید یک تکه از پیشینه را برای خواننده رو کنید.



پیشـــینه مثل سیر است: به همه چیز طعم تازه‌ای می‌بخشد، اما مقدار اندکی از آن، اثر بسیـــــــار زیادی دارد. پیشینه‌ی شـــخصیت‌ها را در تکه‌های کوچک و نامنظم، وارد داســـتان کنید تا کنجکاوی خواننده را برانگیزید و او را وادار کنید بخواهد بیشـــتر بداند. اینکه خواننده تمایل داشـــته باشد بیشتر از پیشینه‌ی شخصیت‌ها بداند بهتر از این است که او بخواهد کمتر درباره‌ی پیشـــینه بخواند. اگر در ابتدای رمان مقدار زیادی از پیشینه را روی ســـر خواننده آوار کنید، درخشش داســـتان را خاموش می‌کنید. توصیه می‌کنیم دانش شما از پیشینه، ۱۰ برابر بیشتر از چیزی باشد که با خواننده در میان می‌گذارید.

خلق پیشینه‌ی شخصیت‌ها



شـــما می‌توانید – با در نظر گرفتن نوع الگوی نوشـــتاری خلاق‌تـــان – هر موقع که می‌خواهید برای شخصیت‌ها پیشـــینه بسازید (در فصل ۴ درباره‌ی شیوه‌های نوشتاری توضیح داده‌ایم). فرض کنید فهمیده‌اید که آمادگی ســـاختن پیشینه‌ی شخصیتی به‌نام مارکـــوس را پیدا کرده‌اید. معمولاً بایـــد این کار را وقتی انجام دهید که زمانی را صرف برتابیدن ویژگی‌های مارکوس کرده باشید و بدانید که او چه جور آدمی است. یک ورق کاغـــذ بردارید، یـــا یک صفحه‌ی وُرد روی کامپیوتر خود باز کنیـــد و نام آن را بگذارید "پیشینه‌ی مارکوس". سپس چنین کنید:

۱.شخصیت خود را توصیف کنید.

به‌ســـرعت شـــروع به نوشـــتن کنید. این یک تمرین خلاقانه است، پس وقت خودتـــان را صرف ویرایش نکنید. می‌توانید پیشـــینه را فردا ویرایش کنید. امروز فقط بنویسید.

مارکوس چه شکلی است؟ تاریخ تولد، رنگ چشم، رنگ مو و هر چیز دیگری را که در مورد او برایتان مهم است بنویسید.

۲.درباره‌ی تولد، دوران کودکی و نوجوانی او بنویسید.

مارکـــوس کجا به دنیا آمـــد؟ پدر و مادرش (و پدربـــزرگ و مادربزرگ او – اگر درباره‌شان می‌دانید) چه کسانی هســـتند؟ اولین خاطرات مارکوس درباره‌ی چه مســـائلی هستند؟ بدترین اتفاقی که در کودکســـتان برای او رخ داد چه بود؟ در دبستان کدام درس را از همه بیشتر دوست داشت و از کدام درس متنفر بود؟ چرا؟

مکث نکنید، همین طور بی‌پروا بنویسید. درباره‌ی ترس‌های مدرسه‌ی راهنمایی بنویسید. آیا مارکوس در دبیرستان شاگرد خوبی بود یا به‌زور پای درس می‌نشست؟ مارکوس چه جور دانش‌آموزی بود؟ درس‌خوان، ورزشکار، رفیق‌باز، بی‌ادعا، اهل موســـیقی، یا چه؟ دوست و رفیق داشت؟ اگر بله، آن‌ها چه جور آدم‌هایی بودند؟ آیا او رابطه‌اش را با دوســـتانش بر هم زد یا آن‌ها کنارش گذاشتند؟ آیا مارکوس

تا به حال ازدواج کرده است؟

۳.او را به دوران بزرگسالی ببرید.

دوران دانشگاه، مدرسه‌ی فنی و حرفه‌ای، خدمت سربازی یا هر فعالیتی را که مارکوس در دوران بزرگسالی انجام داد به پیش ببرید. همه چیز را روی دایره بریزید: اتفاقات خوب، بد و مخصوصاً وحشتناک. چه چیزی از نظر روحی به او آسیب زده است؟ دوستان و خانواده‌اش چه کسانی بوده‌اند؟ دشمنانش چه کسانی بودند؟ همه چیز را روی کاغذ یادداشت کنید؛ لازم هم نیست که خیلی خوش‌خط باشید. مارکوس دارد همه‌ی زیر و بم زندگی‌اش را برایتان رو می‌کند، پس بگذارید حرف بزند.

۴.با شخصیت‌تان مصاحبه کنید.

از او بپرسید چه چیزهایی یاد گرفته است. شرایط فعلی‌اش را چطور می‌بیند؟ از همه مهم‌تر، دوست دارد چه تغییری در زندگی‌اش ایجاد کند؟ چه کاری دوست دارد انجام بدهد که از عهده‌اش خارج است؟ دوست دارد چگونه شخصی باشد که اکنون نیست؟ چه چیزی می‌خواهد داشته باشد که توان داشتنش را ندارد؟ شما باید این چیزها را بدانید، زیرا این‌ها مسائلی هستند که مشخص می‌کنند آینده‌ی مارکوس به چه شکل رقم خواهد خورد.

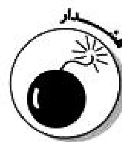
تبریک می‌گوییم! حالا شما بسیاری از جزئیات پیشینه‌ی مارکوس را فهمیده‌اید. وقتی در خلق داستان‌تان پیش بروید، خواهید دید که این اطلاعات بسیار سودمند هستند. البته کارتان هنوز تمام نشده است. احتمالاً تا مدت‌ها همچنان به پیش‌زمینه‌ی مارکوس مطلب اضافه خواهد شد. کار مهمی که باید انجام دهید، یادداشت کردن این مطالب است تا آن‌ها را از یاد نبرید.

پرهیز از کلیشه

بخشی از پیش‌زمینه شامل پیدا کردن گروه‌هایی است که شخصیت به آن‌ها تعلق دارد. شخصیت شما به جنسیت، ملیت، قومیت، حزب سیاسی، مذهب و چیزهای دیگری از این دست نیاز دارد. اگر نمی‌خواهید داستان کسل‌کننده‌ای بنویسید باید بدانید که همه‌ی شخصیت‌ها نمی‌توانند جنسیت، ملیت، قومیت، جهت‌گیری سیاسی و مذهب شما را داشته باشند.

این یعنی شما باید درباره‌ی دیگر گروه‌ها هم تکلیف خود را انجام دهید. مثلاً مردان و زنان به شکل‌های متفاوتی لباس می‌پوشند، تفکر متفاوتی دارند، رفتارهایشان با هم فرق می‌کند و به‌شکل یکسانی ابراز احساسات نمی‌کنند. هرچه بیشتر روی تفاوت‌های

جنســیتی تحقیق کنید، بیشــتر به جذابیت آن‌ها پی خواهید برد. به‌طور مشابه هر چه بیشتر روی ملیت، قومیت، جهت‌گیری سیاسی، مذهب و دیگر مسائل این‌چنینی مربوط به شخصیت خودتان تحقیق کنید، بیشــتر متوجه می‌شوید که شخصیت داستان‌تان با شــما تفاوت دارد. البته باید این تفاوت‌ها را در شخصیت خود برجسته کنید تا مشخص شود که تحقیقات لازم را به‌درستی انجام داده‌اید.



ممکن اســت وسوسه شــوید شخصیتی بســازید که از هر جهت، در گروه‌هایی که به آن‌ها تعلق دارد "عادی" اســت. اما اگر چنین کنید متهم به کلیشــه‌گرایی می‌شــوید. شخصیت شــما هوش، وزن و قد متوسطی دارد. رنگ چشم‌ها و موهایش درست مثل گونه‌ی شــخصیتی‌اش معمولی اســت. او مثل اکثریت افراد هم‌طبقه‌اش فکر می‌کند و نقاط ضعف و قوّتش مشابه آن‌هاست. در واقع شخصیت شما میانگین گروهی است که به آن تعلق دارد.

دیدید چقدر کسل‌کننده بود؟ خیلی کسل‌کننده بود! احتمال وجود چنین شخصیتی چقدر اســت؟ اصلاً چنین احتمالی وجود ندارد. هر ریاضیدانی می‌تواند به شما بگوید که آدمی که از هر نظر "عادی" و "متوســط" باشد به‌ندرت پیدا می‌شود. در همه‌ی گروه‌ها تنوع هست و هر فرد به‌نحوی نسبت به میانگین موجود تفاوت دارد. اما با وجود این شما که نمی‌توانید شــخصیتی بسازید که از همه لحاظ با میانگین موجود متفاوت باشد. آنگاه به شــما اتهام کم‌کاری در تحقیق زده می‌شود، یا اینکه مردم فکر می‌کنند گروه‌های دیگر آدم‌ها را به‌خوبی درک نکرده‌اید. چاره چیست؟



شخصیت‌تان را طوری بسازید که در اکثر موارد "تقریباً عادی" باشد. اما کاری کنید که او در چند مورد محدود هم "برای گروهی که به آن تعلق دارد، عجیب و غریب" باشــد. هرچه شخصیت غیرطبیعی‌تر باشد، بیشــتر باید نشان دهد که نسبت به ناهنجاری‌اش آگاه اســت. حسی که شخصیت نســبت به تفاوت‌هایش دارد می‌تواند نقشی کلیدی در داستان ایفا کند.

فرض کنید شما زنی هستید که می‌خواهد درباره‌ی یک شخصیت مرد، داستان بنویسد. او را طوری خلق کنید که در اکثر مواقع از هنجارها پیروی کند اما، شاید کمی، نسبت به اکثر مردها هنرمندتر باشــد. می‌توانید او را نسبت به یک مرد سبیل‌کلفت معمولی کمی حساس‌تر نشــان دهید، اما او را حسابی قد بلند بسازید. در پایان، اطمینان حاصل کنید که او می‌داند که با بقیه تفاوت دارد و به همین دلیل خواننده هم به اینکه شــما از این تفاوت‌ها آگاهید واقف است. شاید مرد داستان شما کمی از هنرمندی خودش خجالت‌زده است و در عین‌حال قاعدتاً به قد بلند خود افتخار می‌کند. حتی اگر هم او خجالت نکشد، مهم اســت که همچنان به تفاوت خود معترف باشد، تا خواننده‌ی داستان به اشتباه فکر نکند که شمای نویسنده از هنجارها آگاه نیستید.

انگیزه: نگاهی به آینده‌ی شخصیت داستان

شـــخصیت شما گذشته‌ای دارد، اما مهم‌تر از آن، آینده‌ی اوست. شخصیت شما به‌سمت خاصی می‌رود، یا امیدوار است که به‌سمت خاصی برود. اما آینده عاری از قطعیت است. هیچ‌کس نمی‌داند شخصیت شما فردا قرار است چه بکند. تنها چیزی که می‌توان دانست این اســـت که شخصیت شـــما قصد دارد فردا چه کند. منظور از انگیزه‌ی شخصیت‌ها تقریباً همین است.

اصطلاح *انگیزه* در کتاب‌های راهنمای داستان‌نویســـی زیاد دیده می‌شـــود. "انگیزه" از نظر مفهومی واژه‌ی مبهمی اســـت که برای نویسندگان مختلف معانی متفاوتی دارد. ما ایرادی به این واژه نمی‌گیریم، اما خودمان را به برداشـــت دیگران از آن مقید نمی‌بینیم؛ آن را طـــوری معنا می‌کنیم که دربرگیرنده‌ی متداول‌ترین معانی باشـــد. انگیزه‌ی یک شخصیت از سه بخش تشکیل می‌شود:

- ✓ **ارزش‌ها:** چیزهایی که شخصیت به‌شدت به صحت آن‌ها اعتقاد دارد.
- ✓ **آرزو:** همان چیز انتزاعی، که شخصیت داستان در زندگی می‌خواهد.
- ✓ **هدف داستانی:** همان چیز ملموسی که شخصیت فکر می‌کند با رسیدن به آن به آرزویش دست خواهد یافت.

وقتی شـــما ارزش‌ها، آرزو و هدف شـــخصیت خود را بدانید، همیشـــه می‌توانید دلایل معتبری برای کارهای او داشـــته باشـــید، زیرا همواره از انگیزه‌ی او آگاهی دارید. برای خلق یک شخصیت باورپذیر به چیزی بیش از این نیاز ندارید.

ارزش‌ها: حقایقی درونی برای شخصیت داستان شما

همـــه‌ی آدم‌ها به بدیهی بودن برخـــی حقایق معترف‌اند. ریاضی‌دان مشـــهور یونانی، اقلیدس تمام قواعد هندســـی را از چند اصل معدود استنباط کرد که از نظرش به‌قدری بدیهی بودند که نیازی به اثبات کردن آن‌ها نداشـــت (البته یکی از اصول او غلط بود). وقتی تامس جفرســـــن بیانیه‌ی استقلال را می‌نوشت، تصور می‌کرد که بدیهی است که "زندگی، آزادی و جستجوی خوشبختی" حقوق عادی همه‌ی انسان‌ها هستند (حتی با اینکه جفرســـــن خودش هم تعدادی برده داشـــت). اگر می‌خواهید اعصاب بهترین دوســـت‌تان را حســـابی به هم بریزید از او بپرســـید چه چیزی باعث می‌شود زندگی او ارزش ادامه یافتن داشـــته باشد. جواب او هرچه که بود، شما دوباره و دوباره سؤال خود را بپرسید؛ "چرا فلان چیز به زندگی‌ات ارزش می‌دهد؟ تو از کجا می‌دانی؟". در نهایت او را طوری خلع ســـلاح می‌کنید که با اوقات تلخی به شما خواهد گفت: "(زندگی‌ام) با ارزش است. کاملاً هم بدیهی اســـت و من هم نیازی به توضیح آن ندارم."همه این‌ها

مثال‌هایی هستند که نشان می‌دهند منظور ما از واژه‌ی ارزش چیست.

ارزش یک حقیقت درونی است که به‌نظر شخصیت داستان شما "به‌شکلی بدیهی صحیح است". ارزش به توضیح، دلیل یا اثبات نیاز ندارد. ارزش صحیح است زیرا صحت دارد که صحیح است.



ارزش لزوماً برای همه‌ی افراد بدیهی یا صحیح نیست. یک شخصیت ممکن است در به‌کار بستن ارزش‌های خودش هم دچار بی‌ثباتی باشد. یک ارزش هم ممکن است در واقع اشتباه باشد.

باورپذیر جلوه دادن ارزش‌های شخصیت داستان‌تان

در پاسخ به سؤال "در دنیا چه چیزی برایتان از همه مهم‌تر است؟" نوع خاصی از حقایق درونی مطرح می‌شود. اگر این سؤال را از صد نفر بپرسید، احتمالاً ۲۰ جواب مختلف از آن‌ها خواهید شنید: جواب‌هایی مثل پول، آزادی، امنیت، دوستی، خانواده، خدا، سلامتی، اعتماد به نفس، کمال، شرافت، راستی پندار، ایمان، تفریح، حقیقت و زیبایی. فهرست این پاسخ‌ها می‌تواند همین‌طور ادامه پیدا کند. کاملاً عادی است که بگوییم مردم به این چیزها ارزش می‌دهند. لطفاً دقت کنید که تعریف ما از ارزش از آنچه مردم صرفاً مهم می‌شمارند فراتر می‌رود: ما می‌گوییم ارزش آن چیزی است که مردم به‌درستی‌اش ایمان دارند. پس اگر کسی به پول ارزش می‌نهد، آنگاه ارزش حقیقت درونی او به این صورت ادا خواهد شد: "پول در زندگی من نقش بسیار مهمی دارد".

شما می‌توانید برای شخصیت داستان خود هر ارزشی که می‌خواهید انتخاب کنید. اگر او نمی‌تواند دلیلی برای ارزش‌هایش ارائه دهد، اشکالی ندارد. در واقع اگر او بتواند چنین دلیلی بیاورد، آنگاه شما هنوز نتوانسته‌اید ارزش‌های حقیقی او را آشکار کنید و باید در توصیف او عمیق‌تر شوید.



اطمینان حاصل کنید که شما می‌توانید دلایل شخصیت داستان‌تان را – حتی اگر خودش نتواند – توضیح دهید. در جهان این شخصیت، شما خدا هستید و شما هستید که تصمیم می‌گیرد او چه چیزهایی را می‌تواند بداند و چه چیزهایی را نباید بداند. چه ویژگی ژنتیک، تجربه‌ی بدوی یا تأثیر فرهنگی‌ای به انتخاب ارزش‌های او منجر شد؟ به‌محض اینکه پاسخ این سؤال را بیابید، اطلاعات‌تان به اندازه‌ای رسیده است که بتوانید ارزش‌های شخصیت‌تان را باورپذیر جلوه دهید.



لازم نیست خواننده را قانع کنید که ارزش‌های شخصیت داستان بدیهی، صحیح یا پایدارند؛ شما فقط باید خواننده را قانع کنید که خود شخصیت باور دارد که ارزش‌هایش بدیهی، صحیح و پایدارند. اگر شخصیت توسط محرک‌های فرهنگی، علایق شخصی،

یا گرایش‌های ژنتیک کور شــده باشــد، خواننده متوجه می‌شود (برای مطالعه درباره‌ی محرک‌های فرهنگی به فصل ۶ مراجعه کنید).

ایجاد ناپایداری: چرا ارزش‌ها باید با هم ناسازگاری داشته باشند؟



شــخصیت داستان شما باید بیش از یک ارزش برای خود داشته باشد. در حالت ایده‌آل هر شــخصیت باید دو یا ســه ارزش را قبول داشــته باشــد و این ارزش‌ها باید با هم در تناقض باشــند. می‌پرسید چرا؟ چون این تناقض نشــان می‌دهد که شخصیت شما در درون خود دچار تناقض‌هایی اســت که نمی‌تواند برطرف‌شــان کند. ناســازگاری یا کشــمکش در داستان عنصر خوبی است و کشــمکش درونی ماده‌ی خام داستان‌های فوق‌العاده را فراهم می‌کند. کشمکش درونی همیشه ناشی از وجود ارزش‌هایی است که یکدیگر را نقض می‌کنند.

مثلاً فرض کنید دارت ویدر به ارزشــی اعتقاد دارد که بر طبق آن "هیچ چیز مهم‌تر از قدرت نیست". اگر این تنها ارزشی باشد که او به آن معتقد است، آنگاه ویدر یک تبهکار یک بُــعدی است و لزوماً عمیق یا جذاب نیست. حالا تصور کنید که ویدر یک ارزش ثانوی را هم می‌پذیرد که بر اســاس آن "هیچ چیز مهم‌تر از پسرش نیست". حالا او با یک تناقض مواجه است. نمی‌شــود که قدرت و پسرش، هرکدام به تنهایی، مهم‌ترین چیز زندگی‌اش باشند. بالاخره ویدر ناگزیر از انتخاب بین این دو ارزش خواهد بود. وقتی چنین اتفاقی بیفتد، او شخصیت بسیار جالب‌تری می‌شود و داستان زندگی‌اش عمق پیدا می‌کند، چرا که او دیگر قابل پیش‌بینی نیست: اگر ویدر در تنگنا قرار بگیرد، ممکن است به هر یک از این دو جهت خیز بردارد.



شخصیت شــما زمانی‌که ارزش‌هایش تناقض پیدا کنند، بیشــترین جذابیت را خواهد داشــت. وقتی شخصیت کاملاً با ثبات باشــد، کاملاً قابل پیش‌بینی خواهد بود. اما گره کوری در جانش بیفکنید و ببینید چطور به تقلا می‌افتد.

انگیزه‌ها: نگاهی انتزاعی، یا چرا بانوی شایســته‌ی آمریکا خواهان صلح جهانی است

ارزش‌ها خوب هستند اما کافی نیســتند. از لابه‌لای ارزش‌های یک شخصیت، آرزوی وجود یک دنیای داستانی متفاوت هم ظهور می‌کند. شخصیت شما خواستار تغییر است و اگر از او بپرسید چه می‌خواهد، احتمالاً پاسخی انتزاعی به شما می‌دهد که از ژرف‌ترین خواسته‌هایش سرچشمه می‌گیرد.

از یکی از شــرکت‌کنندگان مسابقه‌ی دختر شایسته‌ی آمریکا بپرسید بیش از هر چیزی خواهان چیســت و او بدون تأمل خواهد گفــت "صلح جهانی". این هدف فوق‌العاده‌ای

اســـت، اما ابهام زیادی دارد. صلح جهانی دقیقاً چه شـــکلی است؟ مشکل همین است، این‌طور نیست؟ تلاش برای تعریف صلح جهانی خیلی سخت است. برای تعریف چنین مفهومی به‌دقتِ نظر بالایی نیاز داریم. باید درک بســـیار خوبی از شرایط موجود داشته باشیم. باید بتوانیم از واژه‌های زیادی استفاده کنیم. اگر تلاش کنید دقیق‌تر به مسئله‌ی صلح جهانی نگاه کنید، به‌شدت از محدوده‌ی درک منطقی منحرف می‌شوید. به همین خاطر اســـت که وقتی چنین ســـؤالی را از دختر شایســـته‌ی آمریکا می‌پرسید، پاسخی مبهم دریافت می‌کنید. او باید برای اینکه پاســـخ موجزی بدهد، ابهام‌آمیز صحبت کند. مسخره‌اش نکنید. شما هم اگر جای او بودید نمی‌توانستید عملکرد بهتری داشته باشید.

صلح جهانی امری انتزاعی است؛ نمی‌توان آن را دید، شنید و یا لمس کرد. صلح جهانی یک اندیشـــه است؛ یک اندیشـــه‌ی مبهم و درهم و برهم. این مفهوم مثال خوبی برای آن چیزی اســـت که ما آن را انگیزه می‌خوانیم. شخصیت شما در زندگی به انگیزه نیاز دارد. انگیزه همان امر انتزاعی است که شخصیت شما بیش از هر چیز دیگری به دنبال آن است.



انگیزه باید از دل ارزش‌های شخصیت بیرون بجهد. این ارزش‌ها هستند که داشتن یک انگیزه‌ی خاص را توجیه می‌کنند. مثلاً اگر شـــخصیت اصلی داستان شما ارزشی داشته باشد که بر اساس آن "پول مهم‌ترین عامل زندگی‌اش باشد"، آنگاه بسیار منطقی است که انگیزه‌ی او این باشـــد که "حسابی ثروتمند شود". چنین انگیزه‌ای با توجه به ارزشی که از آن سخن رفت، کاملاً منطقی به‌نظر می‌رسد.



یک شـــخصیت ممکن است چندین ارزش متناقض داشته باشد، اما او تنها یک انگیزه می‌تواند داشـــته باشد. داستان شما باید متمرکز باشد و این مهم از طریق محدود کردن شخصیت خود به داشتن تنها یک انگیزه میسر می‌شود.

توجه کنید که شـــخصیت‌ها ممکن است انگیزه‌های مشابه داشته باشند. اما ارزش‌های زیربنایی این انگیزه‌ها در آن‌ها متفاوت‌اند. مثلاً ممکن اســـت یک شـــخصیت دیگر در داســـتان شما باشد که انگیزه‌ی او هم "حســـابی ثروتمند شدن" باشد. اما انگیزه‌ی این شـــخصیت از ارزش متفاوتی ناشی می‌شود: کمک به نیازمندان مهم‌ترین امر در جهان اســـت. این شخصیت می‌خواهد ثروتمند شود و بعد همه‌ی پول‌هایش را برای میلیون‌ها نفر انسان قحطی‌زده خرج کند.

اهداف داستانی: محرک نهایی داستان شما

دانستن انگیزه‌ی شـــخصیت‌ها امری فوق‌العاده اســـت، اما برای ساختن داستان کافی نیست. منظور دختر شایسته از صلح جهانی چیست؟ اصلاً صلح جهانی چه شکلی است؟ برای دستیابی به آن باید چه بکنیم؟ تا زمانی‌که پاسخ ساده، واضح و ملموسی برای این

پرســش‌ها نداشته باشید، تنها چیزی که در چنته دارید، اشتیاقی مبهم است. ما به پاسخ ملموســی که از آن سخن رفت هدف *داستانی* می‌گوییم که اصطلاحِ ساخته‌ی خودمان است زیرا واژه‌ی معادل مناسبی برای آن پیدا نکردیم.

هدف داستانی پاســخ این سؤال است که: "شخصیت داستان دقیقاً چطور می‌خواهد به انگیزه یا آرزوی خود دســت پیدا کند؟" هدف داستانی شخصیت شما داستان را هدایت می‌کند. به‌محض اینکه شــخصیت یک هدف داستانی پیدا کند، نطفه‌ی داستان بسته می‌شود. اگر شخصیت شما هدف داستانی نداشته باشد، اصلاً داستانی شکل نمی‌گیرد.

فرودو بَــگینز، شخصیت اصلی *ارباب حلقه‌ها*، نوشته‌ی جــِـی. آر. آر. تالکین، را در نظر بگیرید. فرودو یک هابیت اســت که در شایر زندگی می‌کند و یک حلقه‌ی جادویی دارد. در ابتدای داســتان، او از گندالف جادوگر می‌شــنود کــه حلقه‌ی قدرت در دوران باستان توسط ســائورون، ارباب تاریکی، ساخته شده است. حلقه بخش عمده‌ی نیروی شیطانی سائورون را دربردارد و به همین دلیل هر کسی‌که آن را تصاحب کند به وسوسه دچار می‌شــود. اگر ســائورون بار دیگر حلقه را به چنگ آورد، به‌قدری قدرتمند می‌شود که خواهد توانســت تا ابد بر زمین میانی حکمرانی کند. فرودو (مانند دختر شایســته‌ی آمریکا) به‌دنبال صلح جهانی است. این انگیزه‌ی اوست. برای فرودو، صلح جهانی فقط در صورتی حاصل می‌شــود که حلقه را در تــَـرَک‌های کوه اهریمن، واقع در سرزمین موردور بیفکند. این همان هدف داســتانی *ارباب حلقه‌هاست* و داستان را در طول صدها صفحه به پیش می‌راند.



یک هدف داستانی فوق‌العاده چگونه ساخته می‌شود؟

هدف داستانی باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- ✓ **بی‌طرفــی:** خواننده باید بداند چطور می‌تواند تشــخیص دهد که آیا شــخصیت داستان قادر به دستیابی به هدف داستانی‌اش هست یا نه.
- ✓ **سادگی:** خواننده باید بتواند در ذهنش مجسم کند که موفقیت چه شکلی است.
- ✓ **اهمیت:** خواننده باید حتماً باور داشته باشد که هدف داستانی اهمیت دارد.
- ✓ **دست‌یافتنی:** خواننده باید باور داشته باشد که شخصیت فرصت رسیدن به هدف داستانی‌اش را دارد.
- ✓ **دشواری:** خواننده باید باور داشته باشد که شخصیت داستان ممکن است شکست بخورد.

در فصل ۶ درباره‌ی اهمیت سؤال داستانی صحبت کردیم که همان ویژگی‌هایی را دارد که در بالا فهرست شده‌اند. علت این امر این است که سؤال داستانی ما را با این پرسش

مواجه می‌کند که: "آیا شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش دست پیدا می‌کند؟"

چرا هر شخصیتی به یک هدف داستانی نیاز دارد؟



لطفاً توجه کنید که هر داســـتان فقط یک ســـؤال داستانی دارد. این در حالی است که هر یک از شـــخصیت‌های مهم داســـتان شما، هدف داســـتانی خاص خودش را دارد. سؤال داستانی پرسشـــی است درباره‌ی رسیدن یا نرسیدن شـــخصیت اصلی به هدف داســـتانی‌اش. پس تکلیف شخصیت‌های دیگر چه می‌شـــود؟ آیا اهداف داستانی آن‌ها مهم نیستند؟ بله، به دو دلیل.

- ✓ **اهداف داستانی دیگر اغلب با هدف داستانی شخصیت اصلی شما در تناقض‌اند.** این خیلی هم خوب است؛ اصلاً به همین دلیل است که داستان شما کشمکش دارد.
- ✓ **هر یک از این اهداف داستانی مسیر متفاوتی از داستان شما را تعریف می‌کند.** وقتی چندین شخصیت اصلی دارید که هر کدام‌شان هدف داستانی خاص خودش را دارد، داستان‌تان شبیه به یک پتوی چهل‌تکه خواهد شد.



هر کدام از شـــخصیت‌های شـــما باور دارد که او شخصیت اصلی داستان است. ممکن اســـت از نظر شـــما یکی از آن‌ها قهرمان باشد، یکی تبهکار، یکی وردست، یکی مرشد و دیگری ابله. اما هر پنج شـــخصیت فکر می‌کنند که خودشان قهرمان داستان‌اند. تمام این پنج نفر هدف داستانی دارند. تک‌تک این پنج نفر فکر می‌کنند که دیگر شخصیت‌ها یا مفیدند یا مضر. راز خلق شـــخصیت‌های عمیق این است: هیچ شخصیتی هرگز فکر نمی‌کند که در داستان زیادی است.

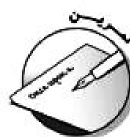
اگر دوست دارید در درک ارزش‌ها، انگیزه‌ها و اهداف داستانی شخصیت‌هایتان عمیق‌تر شـــوید، به شـــما توصیه می‌کنیم کتاب *Getting Into Character*، اثر برندیلین کالینز (Brandilyn Collins) نشـــر وایلـــی را مطالعه کنید. این کتاب پرســـش مقابل را طرح می‌کند و به آن پاســـخ می‌دهد: "رمان‌نویس‌ها از بازیگران شـــیوه‌محور چه درســـی می‌توانند بگیرند؟" کالینز یک نویســـنده‌ی موفق و پر فروش در ژانر رمان‌های رمزآلود است که در زمینه‌ی درام هم تجربیاتی دارد.

بنا کردن انگیزه‌ی شخصیت‌ها

ایجاد انگیزه برای شخصیت داستان کاری دشوار و در عین‌حال خلاق است و شلختگی و شلوغ‌کاری زیادی به همراه دارد. این کار را می‌توان به نحوه‌ی دلخواه انجام داد. شما مجبور نیستید اول ارزش‌های شخصیت‌ها را تعریف کنید، بعد به سراغ انگیزه‌ها بروید و بعد به اهداف داســـتانی بپردازید. می‌توانید اول انگیزه‌ی شخصیت‌ها را مشخص کنید و بعد پیش‌نویس اولیه‌ی رمان را بنویســـید، یا بر عکس، یا اینکه این دو کار را همزمان با

هم انجام دهید. در نهایت هر دوی این کارها باید انجام شوند وگرنه خواننده از مسطح و کسل‌کننده بودن شخصیت‌ها گلایه خواهد کرد (شخصیت مسطح شخصیتی فاقد عمق و در نتیجه قابل پیش‌بینی است).

مشق نویسندگی: محرکی برای مارکوس



فرض کنیم که پیشینه‌ی شخصیت داستان‌تان، مارکوس، را آماده کرده‌اید (کمی پیش‌تر، قسمت "خلق پیشینه‌ی شخصیت‌ها" را ببینید) و حالا آماده‌اید انگیزه(های) او را تعیین کنید. یک ورق کاغذ سفید بردارید یا یک صفحه‌ی جدید وُرد را روی کامپیوترتان باز کنید و این عنوان را بالای آن بنویسید: "محرک مارکوس". صفحه را به سه بخش افقی تقسیم کنید و عناوین خُرد روبه‌رو را در آن‌ها بنویسید: *ارزش‌ها، انگیزه* و *هدف داستانی*. حالا مراحل زیر را انجام دهید:

۱.از خود بپرسید تا این لحظه درباره‌ی شخصیت داستان‌تان چه می‌دانید.

آیا از ارزش‌های مارکوس – حقایق درونی او – آگاه هستید؟ آن‌ها را یادداشت کنید. لازم نیست همه‌شان را همین حالا از بر باشید، پس همان‌هایی را بنویسید که تا به اینجا می‌دانید. انگیزه‌ی او چیست؟ اگر می‌دانید هدف انتزاعی او در زندگی چیست، آن را یادداشت کنید. شاید هم از هدف داستانی او (همان هدف ملموسی که او می‌خواهد در پایان داستان به آن برسد) باخبرید؟ آن را هم بنویسید.

۲.در هر جایی (از فرایند نوشتن) که هستید، شروع کنید به پر کردن شکاف‌ها و این کار را برای کل داده‌های داستانی انجام دهید.

- **اگر یکی از ارزش‌های مارکوس را می‌دانید:** ببینید که این ارزش چه انگیزه‌ای را موجب خواهد شد. سپس از خودتان بپرسید که بهترین هدف داستانی‌ای که می‌تواند پاسخگوی این انگیزه باشد چیست.
- **اگر انگیزه‌ی او را می‌دانید:** ببینید این انگیزه از کدام ارزش منتج شده است. سپس از خود بپرسید که کدام هدف داستانی است که سبب متبلور شدن آن انگیزه می‌شود.
- **اگر هدف داستانی او را می‌دانید:** ببینید کدام انگیزه‌ی انتزاعی است که مارکوس را در مسیر این هدف به پیش می‌راند. سپس از خود بپرسید که کدام ارزش به آن انگیزه ختم شده است.

۳.از خود بپرسید شخصیتی که خلق کرده‌اید، به چه ارزش‌های دیگری معتقد است.

دنبال ارزش‌هایی باشید که با ارزش‌های فعلی او در تضاد هستند. این کار را با دو یا سه مورد از ارزش‌های زندگی مارکوس امتحان کنید.

۴.فهرســـت خود را مرور کنید و اطمینان حاصل کنید که مفهوم درستی دارد و می‌توانید این مفهوم را برای خواننده توضیح دهید.

آیا این انگیزه مســـتقیماً از یکی از ارزش‌ها منتج شـــده است؟ آیا هدف داستانی بهترین راه رسیدن مارکوس به انگیزه‌اش است؟ آیا مارکوس ارزش‌های متناقضی دارد که وجودشان بر جذابیت داستان بیفزاید؟

مثال: مصاحبه با فرودو بگینز



درست از آب در آوردن ارزش‌های یک شخصیت، کار دشواری است. اگر در این فرایند به مشکل برخوردید، سعی کنید با شـــخصیت داستان خود مصاحبه کنید. مدام بپرسید چرا، تا بالاخره او دست‌هایش را در هوا تکان دهد و فریاد بزند "برای اینکه زیرا !". وقتی او نتواند دلیلی منطقی ارائه دهد، یعنی شما به ارزشی که دنبالش می‌گشتید، رسیده‌اید.

برای مثال، فرض کنید شما جـِـی. آر. آر. تالکین هستید و دارید تلاش می‌کنید محرکی برای اعمال فرودو تعریف کنید. شـــما تا به این لحظه هدف داستانی فرودو را مشخص کرده‌اید (که همان انداختن حلقه در تـَـرَک‌های کوه اهریمن اســـت)، اما در تشخیص اینکـــه چرا فـــرودو باید چنین رنجی را به جان بخرد کمی گیج شـــده‌اید. در ادامه یک مصاحبه‌ی تخیلی خواهید خواند که در آن نشـــان داده‌ایم چطور باید فرودو را در امتداد صخره‌ها به جلو هـُل بدهید و محرک او را قاطعانه تعیین کنید:

تالکین: فرودو، من متوجه شده‌ام که تو می‌خواهی شایر را ترک کنی و حلقه را به ریوندِل ببری و اینکه داری دنبال راه یا کسی می‌گردی که به تو کمک کند حلقه را بهِ موردور ببری و آن را در شکاف کوه اهریمن بیندازی. جدی که نمی‌گویی؟ اصلاً چرا باید تن به یک چنین ماجراجویی مسخره‌ای بدهی؟

فرودو: خب، گندالف بهِم گفت.

تالکیـــن: ابلهِ نباش! تـــو داری به‌خاطر حرف گندالف خانه و کاشـــانه‌ات را رها می‌کنی؟ اصلاً او چرا فکر می‌کند که تو باید به این سفر بروی؟

فرودو: چون ما باید سائورون، ارباب تاریکی، را شکست دهیم.

تالکین: یک کمی زیاده‌روی نمی‌کنی؟ آدم برای شکســـت دادن سائورون قحط بود؟ چـــرا حلقه را همین‌جا له و لورده نمی‌کنی؟ یـــک چکش بردار و کارش را تمام کن دیگر.

فرودو: نمی‌شود. گندالف گفت که این حلقه قدرت سائورون را در خود دارد. هیچ هابیتی هم قدرت نابود کردن آن را ندارد. هیچ آتشـــی در زمین میانه، برای ذوب کردنش افاقه نمی‌کند، مگر آتش کوه اهریمن، همان‌جایی که این حلقه در عهد

بوق در آن قالب زده شد.

تالکین (با ریش‌خند): باریکلا: "عهد بوق"، چه اصطلاح قشنگی؛ یادم باشد بعداً ازش اســتفاده کنم. اما چرا تو؟ یک وقت بهت برنخوره، اما فرودو، تو آدم خیلی باابهتی هم نیســتی. اگر این کار این قدر بــرای گندالف مهم بوده، چرا خودش انجامش نمی‌دهد؟

فرودو: حلقه هر کسی را که تصاحبش کند گمراه می‌کند. گندالف جادوگر بزرگی اســت و حلقه می‌تواند او را – بر خلاف نیت خیرش – به ســوی انجام کارهای شیطانی بکشاند.

تالکین: پس چطور حلقه تو را گمراه نمی‌کند؟

فــرودو (با لکنت): گندالف... در این مورد توضیحی نــداد. فکر کنم من آن‌قدر مهم نیستم که کسی بخواهد گمراهم کند. من فقط می‌خواهم مانع تصرف شایر توسط سائورون بشوم.

تالکین [به جلو خم می‌شود]: اِ؟ چرا؟

فرودو: چون او شــایر را نابود خواهد کرد. اگر دســت سائورون به حلقه برسد، او شــایر را زیر پا له خواهد کرد. من تا ســرحد مرگ از او می‌ترسم، اما... باید یک طوری در شکست دادن او سهیم باشم.

تالکین: آها! پس انگیزه‌ی تو این است، مگر نه؟ می‌خواهی سائورون را شکست بدهی؟

فرودو: فکر کنم این‌طور اســت. به عقب هُــل دادن یا محاصره کردن او کافی نیست. او باید شکست بخورد، همین حالا و برای همیشه.

تالکین [می‌نویسد]: انگیزه‌ی فرودو شکست دادن سائورون، ارباب تاریکی است. فوق‌العاده است. این یک انگیزه‌ی بسیار عالی است. اما بگذار دوباره ازت بپرسم، چرا؟

فرودو: گفتم که، چون سائورون شایر را نابود خواهد کرد.

تالکین: خب بکند! چرا نابودی شایر این قدر ناراحت‌کننده است؟

فرودو: چون شایر محل زندگی من است.

تالکین: خب چرا نمی‌روی یک جای دیگر زندگی کنی؟

فرودو: نمی‌خواهم بروم یک جای دیگر. شایر خانه‌ی من است و من می‌خواهم اینجا زندگی کنم.

تالکین: چرا اینجا؟

فرودو (در حال عصبانی شدن): همین الان گفتم. من می‌خواهم در شایر زندگی کنم. شایر خانه‌ی من است و من عاشقش هستم.

تالکین: چرا عاشقش هستی؟

فرودو: چون عاشقش هستم! این تنها دلیلی است که برای کارم دارم.

تالکین [کف دســـت‌هایش را به هم می‌مالد]: فرودو، فکر کنم ارزشی را که به آن باور داری پیدا کردیم. تو شـــایر را بیش از هر چیزی در جهان دوست داری، مگر نه؟

فرودو [چانه‌اش را می‌خاراند]: بله، فکر کنم این‌طور اســـت. بله، البته! هیچ‌وقت به فکرم نرسیده بود. فکر کنم به نظرم بدیهی می‌آمد.

تالکین: اشـــکالی ندارد. من عاشق انگلستان هســـتم، به همین خاطر حال تو را درک می‌کنم. اما یک چیزی را هنوز نفهمیده‌ام. تو عاشق شایر هستی. حاضری هر کاری بکنی تا شـــایر را نجات دهی. پس حالا داری شـــایر را ترک می‌کنی؟ اگر شـــایر را این‌قدر دوســـت داری، پس چرا ترکش می‌کنی؟ مطمئنی که واقعاً دوستش داری؟

فرودو (مدت زیادی فکر می‌کند): فکر کنم متوجه حرفم نشدی. من عاشق شایر هســـتم و دلم هم نمی‌خواهد ترکش کنم. اما برای مدتی مجبورم از شـــایر دور باشـــم، چون من هابیت‌های دیگر را هم دوست دارم. شایر فقط یک تکه زمین نیست: شایر هابیت‌هایی است که در آن سکونت دارند.

تالکیـــن: هابیت‌ها ابله، خنگ، وراج، اعصاب خرد کن و زبان‌نفهم‌اند. چرا باید به آن‌ها اهمیت بدهی؟ به نظرت اِلف‌ها سرگرم کننده‌تر نیستند؟

فـــرودو: چیزهایی که در مورد هابیت‌ها گفتی درســـت اســـت. من هم تمام آن خصلت‌ها را دارم. اما چه خوشـــم بیاید، چه نیاید، آن‌ها مردم سرزمینم هستند و من به آن‌ها اهمیت می‌دهم. برایم هم مهم نیست چقدر خنگ یا وراج باشند.

تالکین: چرا؟

فرودو: نمی‌توانم توضیح بدهم. فقط می‌دانم که آن‌ها برایم مهمند.

تالکین [با عجله و بدخط می‌نویســـد]: فوق‌العاده است! دومین ارزش را که به آن پایبندی پیدا کردیم. تو بیشـــتر از هر چیزی عاشق هابیت‌های همشهری‌ات هســـتی. همچنین تو بیشتر از هر چیزی عاشق شایر هستی. اما تو که نمی‌توانی بدون ترک کردن شایر (شاید برای ابد)، هابیت‌ها را نجات دهی.

فـــرودو [در حالی‌که می‌لرزد]: بس کن! وقتی این‌طـــوری می‌گویی، دیگر دلم

نمی‌خواهـــد بروم. اما با این حال مجبورم بـــروم. از این وضع متنفرم. کاش این حلقه‌ی نفرین شده دست کس دیگری افتاده بود.

تالکین: از اینکه وقتت را در اختیارم گذاشـــتی ممنونم فرودو. فکر کنم الان بهتر در کت می‌کنم.



نگاهی عمیق: واکاوی روحیات شخصیت‌تان

ساختن شـــخصیت‌های فوق‌العاده مثل تونلی است که انتها ندارد: همیشه می‌شود بیشتر در آن پیش رفت. در طول این فصل ما از دریچه‌ی چشـــم یک رمان‌نویس عملگرا به مسائل نگاه کرده‌ایم. اما ممکن اســـت شما بخواهید بیشتر به جنبه‌های روان‌شناختی بپردازید. اگر چنین قصدی دارید، به شـــما آفریـــن می‌گوییم! این کاری اســـت که هیچ‌وقت نمی‌توانید تمامش کنید، اما آغاز کـــردن آن به هیچ عنوان خالی از لطف نیست.

بـــرای مطالعـــه‌ی روان‌شـــناختی گزینه‌های بســـیاری پیش رویتان اســـت کـــه هیچ‌کدام آن‌هـــا مجبورتان نمی‌کنند دوباره به مدرســـه یا دانشـــگاه بروید. کارتان را با نگاهی به درون خودتـــان آغاز کنید. چه عاملی به رفتار شـــما جهت می‌دهـــد؟ چه دلیلی بـــرای رفتار خود دارید؟ ارزش‌ها، انگیزه‌ها و اهداف خودتان در زندگی چیســـت؟ چه چیزی می‌تواند توجیهی برای ارزش‌هایتان باشـــد؟ شما حتی می‌توانید بعضی از مســـائل شـــخصی‌تان را با کمک یک مشـــاور، روان‌شـــناس یا روان‌پزشـــک بررسی کنید. (اگر بعداً از شـــما پرسیدند که اطلاعات روان‌شناختی‌تان را از کجا آوردید، فقط بگویید که تحقیق کرده‌اید)

اگر مایلید رویکردی غیرشـــخصی‌تر داشـــته باشـــید، می‌توانید تعدادی کتـــاب در زمینه‌ی روان‌شناســـی - کتاب‌هـــای دانشـــگاهی و عمومـــی - پیـــدا کنید. اگرچه روان‌شناســـی یـــک علم اســـت، بســـیاری از شـــبه‌دانش‌ها هســـتند که تحت لوای ایـــن علم وجود دارند. اما بی‌ربط‌ترین شـــبه‌دانش‌ها هـــم می‌توانند دیدگاه شـــما را در مورد شخصیت داستان‌تان گسترش دهند. حداقل‌اش این است که کمی مطالعه از اشتباهات فاحش پیشگیری می‌کند؛ اشتباهات فاحشـــی مثل شیزوفرنیک خواندن شـــخصیت داســـتان، وقتـــی او در واقع دچار بیماری چندشخصیتی است.

ممکن اســـت شـــما یکی از آن افراد تجربه‌گرا باشـــید که ترجیح می‌دهند اطلاعات‌شـــان را در مورد دیگران از تماشا کردن آن‌ها به‌دست آورند. اگر این‌طور اســـت، شـــما تنها نیستید. بسیاری از نویسنده‌های دیگر هم همین روش را در پیش می‌گیرند. اما اگر بخواهید به اعماق روحیات بشر سفر کنید، هم خودتان را تعلیم می‌دهید و هم داستان پرباری می‌نویسید. فقط یادتان باشد که گاهی از کارهای پژوهشی‌تان مرخصی بگیرید تا بتوانید داستان هم بنویسید.

زاویه‌ی دید: چشم‌اندازی از شخصیت‌ها

قسمت عمده‌ی داستان شما درباره‌ی گذشته یا آینده‌ی شخصیت‌تان نیست؛ داستان به چیزی می‌پردازد که حالا در حال وقوع اســـت. برای اینکه زمان حالِ یک شخصیت را نشان دهید، از زاویه‌ی دید اســـتفاده می‌کنید. زاویه‌ی دید، عدسی دوربینی است که از

قاب آن دنیای شخصیت (و داستان) را به خواننده می‌نمایانید.

انتخاب زاویه‌ی دید به‌شدت به انتخاب راوی (کسی‌که داستان را تعریف می‌کند) بستگی دارد. در اکثر زوایای دید، راوی لزوماً نویسنده‌ی بی‌نام داستان است. اما راوی می‌تواند یکی از شخصیت‌های داستان هم باشد (این در صورتی است که داستان از قول اول شخص مفرد نقل شود).

در اکثر زوایای دید باید یک شخصیت محوری را برای هر صحنه انتخاب کنید: شخصیتی که می‌خواهید خواننده در آن صحنه با او همذات‌پنداری کند. این شخصیت محوری شخصیت مُشرف یا زاویه‌دیدی خوانده می‌شود.

در طول سالیان، رمان‌نویسان چند شیوه را برای زاویه‌ی دید به‌کار بسته‌اند. ما این شیوه‌ها را در جدول ۷-۱ توصیف کرده‌ایم. رایج‌ترین شیوه‌ها که در ابتدای جدول آمده‌اند، نویسنده را مقید می‌کنند که در هر صحنه تنها از یک شخصیت مُشرف استفاده کند و تا آخر صحنه با همان شخصیت ادامه دهد. اما برخی زاویه‌ی دیدها اجازه می‌دهند نویسنده در یک صحنه بیش از یک شخصیت مُشرف داشته باشد. یک مورد هم هست که در آن استفاده از هیچ شخصیت مُشرفی مجاز نیست: نویسنده حق ندارد زیر جلد هیچ‌کدام از شخصیت‌ها برود.

جدول ۷-۱ انواع زاویه‌ی دید

زاویه‌ی دید	***توصیف***	***شخصیت‌های مُشرف در هر صحنه***	***راوی***
اول‌شخص	از درون ذهن شخصیت مُشرف بنویسید و ضمیر من را به‌کار ببرید.	یک نفر	شخصیتی در داستان
سوم‌شخص	از درون ذهن شخصیت مُشرف بنویسید و از ضمیر *او* استفاده کنید.	یک نفر	نویسنده
سوم‌شخص بی‌طرف	از درون ذهن شخصیت محوری بنویسید و از ضمیر *او* استفاده کنید.	هیچ‌کس – (شما اصلاً زیر جلد شخصیت‌ها نمی‌روید)	نویسنده
جهنده بین چند نفر	از درون ذهن چند شخصیت حاضر در یک صحنه بنویسید و از ضمیر *او* استفاده کنید.	چند نفر	نویسنده
دانای کل	از درون یا بیرون ذهن چند شخصیت و از دیدگاه یک موجود آگاه به جهان بنویسید که چیزهایی می‌داند که هیچ‌یک از شخصیت‌ها ممکن است از آن‌ها خبر نداشته باشند.	چند نفر	نویسنده
دوم‌شخص	از درون ذهن شخصیت مُشرف بنویسید و از ضمیر *تو* استفاده کنید.	یک نفر	نویسنده



توصیه‌ی ما به شما این است که در هر صحنه از یک شخصیت مُشرف استفاده کنید و تــا پایان صحنه با او بمانید؛ مگر اینکه دلیل قانع کننده‌ای برای انتخاب زاویه‌ی دیدی متفاوت داشته باشید. هدف شما به‌عنوان یک داستان‌نویس اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده اســت و انسان‌ها هر دفعه می‌توانند با یک نفر به‌خوبی همذات‌پنداری کنند. در هر صحنه شــما چیزی را به خواننده نشـــان می‌دهید که شــخصیت مُشرف می‌بینـــد؛ به همین ترتیب، خوانـنــده در تجربه‌ی تمام صداها، بوهــا، مزه‌ها، اعمال و احساسات شخصیت مُشرف با وی سهیم است.

در این قسمت به تک‌تک شیوه‌های جدول بالا (و سود و زیان‌ها) می‌پردازیم.

زاویه‌ی دید اول‌شخص

وقتی صحنه‌ای را از زاویه‌ی دید اول‌شــخص می‌نویسید، شخصیت مُشرف را به راوی داستان تبدیل می‌کنید. فایده‌ی این کار ساده، طبیعی و صمیمی بودن صحنه‌ی حاصل است. سفر کردن به عمق شخصیت‌ها آسان است. اگر شخصیت در حال تجربه‌ی یک حس قوی باشد، به احتمال بسیار زیاد، خواننده هم چنین حسی را تجربه خواهد کرد.

مسئله‌ی اعتماد: راویان غیرقابل اطمینان

راوی اول‌شــخص، حق دارد غیرقابل اطمینان باشــد. این گفته می‌تواند به این معنا باشد که راوی، خودفریفته، نه‌چنــدان باهوش، ناآگاه، گمــراه، غیرمنطقی، دروغگو یــا حتی دیوانه اســت. به‌عنوان یک مثال خــوب از رمانی که از زاویــه‌ی دیــد راوی اول‌شــخصِ غیرقابل اطمینانی نوشــته شده اســت، می‌توان به اثر مشهور مارک تواین، ماجراهای هاکل‌بری‌فین، اشــاره کرد. در این رمان، هاکِ جوان داستان خــود را مو به مو تعریــف می‌کند اما اغلب در تعبیر اتفاقات پیرامون اشــتباه می‌کند و یا در اثر فرهنگ نژادپرســتی که در آن بزرگ شده است، کورکورانه عمل می‌کند.
استفاده از یک راوی غیرقابل اطمینان می‌تواند بر عمق شــخصیتی کــه داســتان را تعریف می‌کنـــد بیفزاید. امــا این کار بــه ظرافت و نکته‌سنجی نیاز دارد. اگر از یک راوی غیرقابل اطمینان اســتفاده می‌کنید، ســعی کنید در اوان داســتان اشــاراتی به این موضوع داشته باشــید تا خواننده به روایت شخصیت مُشرف از داســتان با دیده‌ی ظن نــگاه کند یا حدس بزند که چیزی سر جایش نیست. در تمام طول داستان هم، باز ســرنخ‌هایی در گفت وگوها و اعمال داستانی بگنجانید تا به تأیید یا تکذیب گفته‌های شــخصیت روایتگر کمک کنند. به این ترتیب شــما درکی از آنچــه اتفاق افتاده است به خواننده می‌بخشید و اطمینان حاصل می‌کنید که ناپایداری‌های موجود در داستان، در واقع خصلت‌های شــخصیت آن هستند نه اشتباهات نویسنده.



در رمان‌هایی که از زاویه‌ی دید اول‌شخص نوشته می‌شوند معمولاً، در کل داستان، فقط یک شخصیت مُشرف وجود دارد. در این صورت اگر اتفاقاتی به‌طور همزمان در چند نقطه‌ی مختلف رخ دهند، به مشکل برخواهیم خورد زیرا آدم در هر لحظه در یک مکان می‌تواند حاضر باشد. یک راه برای پیشگیری از مشکل استفاده از زاویه‌ی دید محدود، به‌کار بردن چند شخصیت مُشرف است که هر کدام از آن‌ها در مقام راوی اول‌شخص، صحنه‌های مربوط به خودشان را تعریف می‌کنند. اما به هر حال، عوض کردن راوی ممکن است کمی گیج کننده باشد. بنابراین بهتر است همیشه سعی کنید در آغاز هر صحنه مشخص کنید که ماجرای آن صحنه را چه کسی تعریف می‌کند.

به گزیده‌ای از یکی رمان‌های مجموعه‌ی شرلوک هلمز، *اتود در قرمز لاکی*، نوشته‌ی سِر آرتور کنان دویل، دقت کنید. در این داستان، از هلمز و دوستش دکتر واتسن خواسته شده است که به دو بازرس نسبتاً توانمند اسکاتلند یارد، آقایان گرِگسن و لسترِید، در واکاوی یک جنایت کمک کنند. گوشه‌ای از این صحنه، با روایت دکتر واتسن، به‌عنوان شخصیت مُشرف، آمده است:

> با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر من مشهود شده بود که مطمئن بودم چیزهایی می‌بیند که از دیدگان من پنهان‌اند.
>
> آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال ما آمد. او به پیش دوید و دست دوستم را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند".
>
> دوستم در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به‌هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرِگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".
>
> بازرس گرِگسن طفره رفت: "کارهای داخل خانه به‌شدت درگیرم کرده بود" و ادامه داد: "همکارم، آقای لسترِید اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند".
>
> هلمز نگاهی به من کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و رو به بازرس گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

خارجی، نوشته‌ی دیانا گابالدون از زبان اول‌شخص نوشته شده است و راوی قابل اطمینانی دارد. در همسر *مسافر زمان* اثر آدری نیفنگر، از دو راوی اول‌شخص استفاده می‌شود و در آغاز هر صحنه، نام راوی آن صحنه علناً آشکار می‌شود. در *خدای رودخانه*،

اثر ویلبر اسمیت، راوی، شخصیتی بی‌تأثیر و اغلب قابل اطمینان است. مارک هَـــدِن در *ماجرای عجیب سـگی در شب* یک پســر مبتلا به درخودماندگی را به‌عنوان راوی انتخاب می‌کند که به خاطر ناتوانی‌اش در درک اشــاره‌های اجتماعی، به‌نوعی غیرقابل اطمینان محسوب می‌شود.

زاویه‌ی دید سوم‌شخص

وقتی داستانی را از زاویه‌ی دید سوم‌شخص می‌نویسید، شخصیت مُشرف را نام می‌برید و از ضمیر او یا وی اســتفاده می‌کنیــد. در رمان‌های امروزی، ایــن نوع زاویه‌ی دید بیشــترین رواج را دارد و امتیاز آن نســبت به دیگر زوایا، ســادگی و طبیعی بودن آن اســت. با کمی تلاش می‌توانید به‌راحتی، در ذهن شــخصیت مُشرف، به ژرفایی که در راوی اول‌شخص داشــتید برسید، زیرا شما به‌عنوان نویسنده به تمام افکار و احساسات شخصیت مُشرف دسترسی دارید:

در اینجا صحنه‌ای را که سِر آرتور کنان دویــل از زبان راوی اول‌شخص نوشته بود، از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بازنویسی کرده‌ایم:

> با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی هلمز چنان بر واتسن مشهود شده بود که او مطمئن بود هلمز چیزهایی می‌بیند که از دیدگان او پنهان‌اند.
>
> آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال آن‌ها آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کســی به چیزی دست بزند".
>
> هلمز در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرِگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".
>
> بازرس گرِگســن طفره رفت:"کارهای داخل خانه به‌شــدت درگیرم کرده بود" و ادامه داد: "همکارم، آقای لسترِیــد اینجاســت. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند".
>
> هلمز نگاهی به واتســن کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و رو به بازرس گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترِیــد، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

اولین بند این گزیده‌ی بازنویســی شده را با بند اول نسخه‌ی اصلی، که از زاویه‌ی دید

اول‌شخص بود مقایســه کنید. دقت کنید که چقدر سخت است تشخیص دهیم ضمیر او به کدام یک از این دو مرد اشــاره دارد. ما مجبور شــدیم دو بار به‌جای او از نام هلمز اســتفاده کنیم. به جز این، نسخه‌ی بازنویسی شده تفاوت چندانی با نسخه‌ی اصلی (به روایت اول‌شخص) ندارد.

اســتفاده از زاویه‌ی دید سوم‌شــخص رواج زیــادی دارد. ما به‌طور خــاص به روایت سوم‌شــخص رمان‌های *ســتون‌های زمین*، نوشته‌ی کِن فولــت؛ *بازی اِندِر*، نوشته‌ی اورســن اسکات کارد؛ *دخترک طبال*، اثر جان لو کاره و *آتش می‌میرد*، نوشته‌ی اس. اِم. استرلینگ علاقه‌مند هستیم.

زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف

وقتی صحنه‌ای را از زاویه‌ی دید سوم‌شــخص بی‌طرف می‌نویســید، هرگز وارد ذهن شــخصیت نمی‌شوید و به همین علت نمی‌توانید از تک‌گویی یا عواطف درونی استفاده کنید. این شــیوه مثل این اســت که شما داســتان را با یک دوربین فیلمبرداری، که از شخصیت محوری تصویر می‌گیرد، نشان دهید. فایده‌ی این روش این است که جنبه‌ی دیداری داستان شما را تقویت می‌کند. اما ایرادی که این روش دارد این است که افکار و عواطف شخصیت را نمی‌توان به‌راحتی از زبان حرکات بدن و چهره‌اش تشخیص داد.

در زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف، شما اصلاً شخصیت مُشرف ندارید (چون تعریف ما از شــخصیت مُشرف شخصیتی است که می‌توان به ذهن‌اش وارد شد). به‌جای این نوع شخصیت، در این شیوه از شــخصیت محوری استفاده می‌شود که دوربین روی او زوم می‌کند. اگر می‌خواهید در رمان خود حالت ســینمایی ایجاد کنید، از این شیوه استفاده کنید. اما حواس‌تان باشــد که استفاده از این شــیوه، کار سختی است و برای تازه‌کارها مناسب نیست.

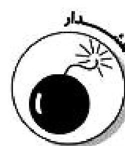
در ادامه، همان گزیده‌ی داســتان شرلوک هلمز را از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف آورده‌ایم:

> آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال آن‌ها آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کســی به چیزی دست بزند".
>
> هلمز در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به‌هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرِگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرگسن طفره رفت: "کارهای داخل خانه به‌شدت درگیرم کرده بود" و ادامه داد: "همکارم، آقای لسترِید اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند".

هلمز نگاهی به واتسن کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و رو به بازرس گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترِید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

هنگام باز نویسی مجبور شدیم بند اول را به‌کلی حذف کنیم. وقتی از این زاویه‌ی دید استفاده می‌کنید، نمی‌توانید افکار یا احساسات درونی شخصیت‌ها را برای خوانندگان رو کنید: این تعریف زاویه‌ی دید سوم شخص بی‌طرف است. البته می‌توانید ضمن پرهیز از وارد شدن به ذهن شخصیت‌ها، در حرکات بدن و چهره، یا تُن صدای آن‌ها (یا هر ابزار دیگری که بازیگران جلوی دوربین برای نشان دادن افکار و احساسات خود به‌کار می‌برند) سرنخ‌هایی برای خواننده قرار دهید که او بتواند از طریق آن‌ها به افکار و احساسات شخصیت‌ها پی ببرد.



وقتی از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف استفاده می‌کنید، ممکن است وسوسه شوید با وادار کردن شخصیت به بیان افکار و احساساتش – آن هم به‌شکلی که مصنوعی به‌نظر می‌رسد – در کار خود تقلب کنید. تقلب نکنید! خوب نوشتن در چنین زاویه‌ی دیدی به نوشتاری قاطع نیاز دارد و اگر شما اعتماد به نفس لازم برای آن را ندارید، بهتر است از همان زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی استفاده کنید.

دَشیل هَمِت در *شاهین مالت* به‌خوبی از پس زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف بر می‌آید.

زاویه‌ی دید جهنده

بعضی از نویسنده‌ها از گونه‌ای از زاویه‌ی دید سوم‌شخص استفاده می‌کنند که در آن داستان را از درون ذهن شخصیت‌های متعدد حاضر در یک صحنه تعریف می‌کنند. فایده‌ی این روش این است که خواننده می‌داند هر کس چه فکری در سر دارد. اما خواننده دیگر نمی‌تواند با یکی از شخصیت‌ها همذات‌پنداری زیادی داشته باشد. به همین دلیل اکثر مدرسان نویسندگی، شاگردان خود را به استفاده از این شیوه تشویق نمی‌کنند.



آسان‌ترین راه برای اعطای یک تجربه‌ی حسی عمیق به خواننده این است که او را قانع کنیم که خود او هم یکی از شخصیت‌هاست و این یعنی انتخاب یک شخصیتِ مُشرف.

حالا بیایید گزیده‌ی داستان شرلوک هلمز را از زاویه‌ی دید جهنده بخوانیم:

با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر واتسن مشهود شده بود، که او مطمئن بود هلمز چیزهایی می‌بیند که از دیدگان او پنهان‌اند.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال آن‌ها آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کســـی به چیزی دست بزند".

هلمز پاسخ داد: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به‌هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرِگســـن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرِگســـن، در حالی‌که به خاطر مأیوس کردن شرلوک شرمنده شده بود، پاســـخ داد:"کارهای داخل خانه به‌شـــدت درگیرم کرده بود". او متوجه شـــد که می‌تواند این خراب‌کاری را گردن لسترِیـــد بیندازد: "همکارم، آقای لسترِیـــد اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کند".

هلمز نگاهی به واتســـن کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و در حالی‌که داشت فکر می‌کرد گرِگسن او را احمق فرض کرده، در پاسخ به او گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترِیـد، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد".

در این نســـخه، ما تکه‌هایی از تک‌گویی‌های درونی شخصیت‌ها را در بندهای چهارم و پنجم گنجانده‌ایم تا خواننده بتواند به افکار هلمز و گرِگســـن هم پی‌ببرد. دقت کنید که این کار، خواننده را از ذهن واتســـن بیرون می‌کشد و حقیقتاً هیچ چیز به داستان اضافه نمی‌کند. اگر وسوسه شـــده‌اید که از ذهن یک شخصیت به ذهن دیگری بجهید، دلیل این علاقه را از خودتان بپرســـید. آیا حاضرید برای آشکار کردن مقدار بیشتری از افکار شخصیت‌ها، خواننده را از دریافت تجربه‌ی حسی قوی محروم کنید؟

همان‌طور که پیش‌تر اشاره کردیم، بسیاری از مدرسان نویسندگی به‌شدت با استفاده از زاویه‌ی دید جهنده مخالف‌اند. اما چندین نویسنده‌ی موفق به وفور از این شیوه استفاده می‌کنند. مارگارت میچل در *بر باد رفته* – با وجود جهش‌های فکری زیادش – به‌خوبی از این زاویه‌ی دید بهره برده است.

زاویه‌ی دید دانای کل

نویسنده‌ای که از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کند، از همه‌ی چیزهایی که می‌خواهد به خواننده بگوید آگاه است. فایده‌ی این روش این است که نویسنده می‌تواند مطمئن باشد که خواننده هیچ نکته‌ای را از دست نمی‌دهد. اشکال زاویه‌ی دید دانای کل این است که از یکی از جذابیت‌های اصلی خواندن داستان، یعنی سر درآوردن از وقایع، می‌کاهد. اگرچه تعدادی از رمان‌نویسان قرن ۱۹ به‌طور گسترده‌ای از این زاویه‌ی دید استفاده کردند، امروزه مدرسان داستان‌نویسی، استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل را گناهی بزرگ تلقی می‌کنند.

حقیقت این است که خوب نوشتن هنگام استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل کاری دشوار اما شدنی است و به نویسنده اجازه می‌دهد که داستان خود را بر بوم بزرگی نقاشی کند. اگر می‌خواهید از این زاویه‌ی دید استفاده کنید، قبل از شروع، اطمینان حاصل کنید که کارتان را بلدید. زیرا خراب کردن داستان هنگام استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل، از خوب نوشتن آن خیلی آسان‌تر است.

در اینجا گزیده‌ی *اتود در قرمز لاکی* را، از زاویه‌ی دید دانای کلی که چندان هم جالب از آب درنیامده، می‌خوانید:

> با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر واتسن مشهود شده بود، که او مطمئن بود هلمز چیزهایی زیادی را می‌بیند که از دیدگان او پنهان‌اند. اگر واتسن می‌دانست که هلمز تا آن لحظه از روی چرخ‌های درشکه‌ای که در خیابان دیده بودند چقدر اطلاعات کسب کرده بود، حسابی شگفت‌زده می‌شد.
>
> آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری، که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال ما آمد. او که اسم‌اش توبیاس گرِگسن بود، به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند". این گفته‌ی او چندان صحیح نبود، اما واتسن خیلی زود متوجه این مطلب شد.
>
> هلمز در پاسخ به او گفت: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به‌هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرِگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید". هلمز اغلب دوست داشت با اعصاب گرِگسن بازی کند، گرچه از نظر او، بازرس گرِگسن مثل بقیه‌ی پلیس‌های اسکاتلند یارد بی‌کفایت بود.
>
> بازرس گرِگسن طبق معمول درباره‌ی کارهایش غلو کرد و گفت: "کارهای داخل

خانه به‌شـــدت درگیرم کرده بود". اگر می‌شد از گرگســـن یک ایراد گرفت، آن خودبزرگ‌بینـــی‌اش بود کـــه آن را از پدربزرگش به ارث برده بـــود. او ادامه داد: "همکارم، آقای لسترِیـد اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع بیرون را اداره می‌کند".

هلمـــز نگاهی به واتســـن کرد و ابروهایش را با حالتـــی طعنه‌آمیز بالا انداخت و در حالی‌که داشـــت فکر می‌کرد گرِگسن او را احمق فرض کرده، در پاسخ به او گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترِیـــد، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر ســـومی هم بخواهد از آن سر در بیاورد". هلمز فکر کرد که عقل گرِگسن و لسترِیـــد از درک این شوخی عاجز است، اما متوجه نشد که آن‌ها منظورش را خیلی خوب متوجه شدند.

البته در اینجا تلاش کردیم بد بنویسیم، اما لازم هم نبود تلاش زیادی بکنیم. وقتی از زاویه‌ی دید دانای کل می‌نویسید ممکن است نتوانید در برابر وسوسه‌ی افزودن اطلاعات اضافـــه مقاومت کنید، همچنان که ما در بعضی از پاراگراف‌های بالا نتوانســـتیم. ببینید چطور در داســـتان مداخله کرده‌ایم و از تنش‌ها کاســـته‌ایم. اگر دوست دارید از زاویه‌ی دانای کل بنویسید، نوشته‌ی خود را از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی بازنویسی کنید و از خودتان بپرسید که آیا این نوشته نسبت به نسخه‌ی قبلی بهتر شده یا نه.

عـــده‌ی کمی از رمان‌نویســـان امروزی از زاویه‌ی دید دانای کل اســـتفاده می‌کنند. اما یک کتاب که این شـــیوه در آن به‌خوبی اجرا شده، *پدرخوانده*، نوشته‌ی ماریو پوزو ست.

زاویه‌ی دید دوم‌شخص

به‌ندرت پیش می‌آید که نویسنده‌ای بتواند با موفقیت از زاویه‌ی دید دوم‌شخص استفاده کند. وقتی این زاویه‌ی دید را انتخاب می‌کنید، در تعریف داستان – به‌جای استفاده از نام شخصیت – از ضمیر تو یا شما استفاده می‌کنید. امتیاز این کار در حس صمیمیتی است که در کار ایجاد می‌کند. اما مشـــکل بزرگی که در استفاده از این شیوه به وجود می‌آید این اســـت که خواننده ممکن است نسبت به یک‌ســـری از کارهای شخصیت مُشرف واکنش منفی نشان دهد. به‌محض اینکه خواننده بگوید "اگر من (جای شخصیت) بودم، این کار را نمی‌کردم"، شما او را تا پایان آن صحنه از دست داده‌اید.

در این زاویه‌ی دید یک اســـتثنای نادر هم وجود دارد که همان حالت امری افعال است. در این حالت، شـــما به خواننده می‌گویید که چه‌کار بکنـــد. به‌عنوان مثال می‌توانیم به "چگونه نویسنده شویم"، داستان کوتاهی به قلم لوری مور اشاره کنیم.

حالا از جایگاه دکتر واتسن، یک بار دیگر گزیده‌ی داستان شرلوک هلمز را بخوانید:

با این حال، سرعت بالای توانایی‌های ادراکی او چنان بر تو مشهود شده بود، که مطمئن بودی هلمز چیزهایی می‌بیند که از دیدگانت پنهان‌اند.

آقای بلند قد و پریده‌رنگ و مو بوری که دفتری در دست داشت، در آستانه‌ی در به استقبال تو و هلمز آمد. او به پیش دوید و دست هلمز را با هیجان فشار داد: "واقعاً خیلی لطف کردید که قدم‌رنجه فرمودید" و بعد ادامه داد: "اجازه ندادم کسی به چیزی دست بزند".

دوستت پاسخ داد: "بجز این!" و به گذرگاه مقابل در اشاره کرد: "اگر یک گله بوفالو هم از اینجا رد شده بود، اینجا به این اندازه به هم نمی‌ریخت. اما شکی نیست که شما، بازرس گرِگسن، پیش از اینکه اجازه دهید چنین اتفاقی بیفتد، به نتایجی که می‌خواستید رسیده بودید".

بازرس گرِگسن طفره رفت:"کارهای داخل خانه به‌شدت درگیرم کرده بود". او ادامه داد: "همکارم، آقای لستِرید اینجاست. بنا را بر این گذاشته بودم که او اوضاع این بیرون را اداره می‌کُند".

هلمز به تو نگاه کرد و ابروهایش را با حالتی طعنه‌آمیز بالا انداخت و در پاسخ به او گفت: "با وجود دو نفر مثل شما و لسترید، دیگر چیزی نمی‌ماند که تازه یک نفر سومی هم بخواهد از آن سر دربیاورد".



زاویه‌ی دید دوم‌شخص می‌تواند درست از آب در آید، اما بهتر است که در استفاده از آن تبحر بسیار زیادی داشته باشید. شما باید بتوانید در هر لحظه خواننده را قانع کنید که او هم اگر جای شخصیت مُشرف بود، دقیقاً همان‌طور رفتار می‌کرد. این‌گونه از زاویه‌ی دید ممکن است به‌شدت خواننده را عصبی و خسته کند. در ضمن استفاده‌ی مداوم از ضمیر تو خیلی زود تکراری می‌شود.

چراغ‌های درخشان، شهر بزرگ، نوشته‌ی جِی. مک اینرنی، از معدود رمان‌هایی است که در نوشتن آن از زاویه‌ی دید دوم‌شخص استفاده شده است.

انتخاب یکی از دو زمان گذشته یا آینده

زمان وقوع صحنه هم ارتباط تنگاتنگی با زاویه دید دارد. تقریباً تمام رمان‌نویسان یا از زمان آینده استفاده می‌کنند یا گذشته و معمولاً زاویه‌ی دید و زمان روایت خود را در یک جمله معرفی یا توصیف می‌کنند؛ مثلاً می‌گویند: "داستان من از زاویه‌ی دید اول‌شخص و در زمان حال روایت می‌شود" یا مثلاً "جو همیشه داستان‌هایش را از زبان سوم‌شخص و در زمان گذشته می‌نویسد".

استفاده از زمان گذشته نسبت به زمان حال رواج بیشتری دارد و آسان‌تر هم هست. ممکن است شما به خاطر متفاوت یا جالب بودن زمان حال به استفاده از آن تمایل داشته باشید. به‌کار بردن زمان حال، بدون شک، حس بی‌واسطه بودن – وقوع صحنه‌های داستان در همین لحظه – را به خواننده منتقل می‌کند. اگر از زاویه‌ی دید اول‌شخص استفاده می‌کنید، آنگاه مضارع بودن زمان فعل‌ها برای خواننده به این معناست که شخصیت داستان آدمی است که در لحظه زندگی می‌کند. اما دقت کنید که بسیاری از خواننده‌ها نسبت به استفاده از زمان حال حس خوبی ندارند و اگرچه ممکن است بر متفاوت بودن آن صحه بگذارند، در جالب بودن آن با شما اتفاق نظر ندارند.

زمان فعل مهم است: ارائه‌ی پیشینه‌ی شخصیت‌ها در زمان حال یا گذشته

اگر داستان اصلی را در زمان حال می‌نویسید، آنگاه باید برای بیان گوشه‌هایی از پیشینه‌ی شخصیت موقتاً از زمان گذشته استفاده کنید. در ادامه مثالی از ارائه‌ی پیشینه می‌خوانید که در آن از جمله‌ی دوم به بعد زمان فعل‌ها به گذشته تبدیل می‌شود:

> وقتی دفتر خاطراتی را که در کلاس دوم راهنمایی نوشتم ورق می‌زنم، به خاطره‌ای راجع‌به آقای مک‌دنیل، معلم علومم، برمی‌خورم. آقای مک‌دنیل تنها اتفاق خوبی بود که در سه سال مقطع راهنمایی برایم افتاد. او ریش داشت و در سال ۱۹۷۰، ریش داشتن یک دبیر، نوعی بدعت محسوب می‌شد. او توانایی‌ای را در من می‌دید که دیگران نمی‌دیدند.

اگر اصل داستان‌تان را در زمان حال می‌نویسید، استفاده از زمان مناسب برای فعل‌های پیشینه‌ی شخصیت کار دشواری خواهد بود. بسیاری از نویسنده‌ها تمایل دارند برای تعریف پیشینه‌ی شخصیت کلاً از زمان ماضی بعید استفاده کنند که در آن باید مدام فعل کمکی "بود" را به‌کار برد. اما این کار خیلی سریع دست شما را در پوست گردو می‌گذارد. برای حل این مشکل می‌توانید یک مرتبه فعل کمکی بود را به‌کار ببرید و در بقیه‌ی فعل‌ها آن را به قرینه‌ی لفظی حذف کنید. خواننده به‌خوبی متوجه این اتفاق می‌شود. به مثالی از زمان گذشته‌ی فعل‌ها توجه کنید:

> همچنان که روبرت دفتر خاطرات کلاس دوم راهنمایی‌اش را ورق می‌زد، به خاطره‌ای راجع‌به آقای مک‌دنیل، معلم علومش برخورد. آقای مک‌دنیل تنها اتفاق خوبی بود که در سه سال مقطع راهنمایی برای روبرت افتاد. آقای مک‌دنیل ریش داشت و در سال ۱۹۷۰ ریش داشتن یک دبیر نوعی بدعت محسوب می‌شد. او توانایی‌ای را در روبرت می‌دید که دیگران نمی‌دیدند.

برای نوشتن در زمان حال، زمان تمام فعل‌ها را از گذشته‌ی ساده به حال ساده تبدیل کنید. مثلاً دوید را به *می‌دود* و *مُشت زد* را به *مُشت می‌زند* تبدیل کنید. ممکن است به فعل‌هایی بربخورید که انجام این کار آن‌ها را دچار مشکل می‌کند. مثلاً جمله‌ی "فکر کردم او جان کوچولوست" را نمی‌توان به‌سادگی به "فکر می‌کنم او جان کوچولو است" تبدیل کرد زیرا "فکر می‌کنم" عبارتی عامیانه است – یک اصطلاح غیررسمی و

محاوره‌ای – و معنی "حدس می‌زنم" می‌دهد. به این ترتیب ممکن است مجبور شوید جمله را به‌شـــکلی تصنعی تغییر دهید و بگویید "حدس می‌زنم که او جان کوچولوست" یا "فرض می‌کنم که او جان کوچولوست". اکثر فعل‌ها چنین مشکلاتی ایجاد نمی‌کنند اما دقت کنید، چون بعضی از آن‌ها هم مشکل‌سازند.

نوشـــتن در زمان حال، اندکی بیشتر از نوشتن در زمان گذشته به مهارت نیاز دارد و اگر فکر می‌کنید زمان حال برای داستان شما مناسب‌تر است، ما نمی‌خواهیم شما را نسبت به اســـتفاده از این زمانِ فعلی دلســـرد کنیم. حتی اگر هم شما یک نویسنده‌ی تازه‌کار باشـــید، باید بتوانید زمان حال را هم به اندازه‌ی زمان گذشته خوب از آب درآورید. فقط یادتان باشد که بعضی از خواننده‌ها از روایتی که در زمان حال باشد خوش‌شان نمی‌آید و این بی‌علاقگی امری سلیقه‌ای است و دلیل خاصی ندارد.

همسر *مسافر زمان*، نوشته‌ی آدری نیفنگر و *سرعت تاریکی*، اثر الیزابت مون مثال‌های فوق‌العاده‌ای از رمان‌های روایت شده در زمان حال هستند.

آشکار کردن شخصیت‌ها برای خواننده

خلق شـــخصیت‌ها به روش‌هایی که در این بخش عنوان کردیم قســـمت آســـان کار شماست. قسمت سخت کار، آشکار کردن شخصیت‌ها برای خواننده، آن هم همزمان با پیش رفتن داستان است. معمولاً نویسنده نمی‌خواهد هنگام توضیح انگیزه یا پیشینه‌ی یک شخصیت، داستان را در حالت راکد نگاه دارد. بله، حق با شماست؛ برای توضیح این موارد می‌توان از چکیده‌ی روایی اســـتفاده کرد اما در این صورت شما تصمیم می‌گیرید که به‌جای توصیف شخصیت داستان‌تان، او را به خواننده نشان دهید.

پس برای نشان دادن شـــخصیت به خواننده چه باید کرد؟ چند ابزار ارزشمند در اختیار نویسنده اســـت: کنش داستانی، گفت وگو، تک‌گویی درونی، احساسات درونی، توصیف و فلش‌بک. ما این موارد را بادقت در فصل ۱۰ توضیح می‌دهیم، اما بد نیســـت در اینجا برخی از راه‌های آشکار سازی شخصیت‌ها با استفاده از این راه‌ها را به اختصار نشان‌تان دهیم. برای هر شـــیوه، مثالی کوتاه از یک صحنه‌ی داســـتانی می‌آوریم که در آن یک فروشنده‌ی ماشین‌های دستِ دوم با دو نفر خریدار احتمالی احوالپرسی می‌کند.

✓ **گفت وگو:** از روی گفتار شخصیت‌ها می‌توان چیزهای زیادی درباره‌شان فهمید. اکثر آدم‌ها تنها زمانی احساس رضایت می‌کنند که درباره‌ی خودشان حرف بزنند و شـــخصیت داستان شـــما هم از این قاعده مستثنی نیســـت. البته شخصیت‌ها می‌توانند دروغ بگویند، اما دروغ‌های آن‌ها هم به شما می‌گویند که شخصیت‌ها دوســـت دارند چطور به‌نظر برســـند و این به نوبه‌ی خود چهره‌ی حقیقی آنان را

برملا می‌کند. همچنین، از حالت حرف زدن شـــخصیت – تُن صدا، سرعت بیان جملات، انتخاب واژگان، اشـــتباهات گرامری، استفاده یا سوءاستفاده از منطق یا قضاوت شـــخصیت‌های دیگر – می‌توان خیلی چیزها را درباره‌ی او کشف کرد. تمام موارد ذکر شـــده در این بند می‌توانند ســـبب شوند که خواننده شخصیت را دوســـت داشته باشـــد یا از او متنفر باشد، به او اطمینان کند یا نکند، او را محترم بشمارد یا از او بترسد و یا او را حقیر بپندارد. به مثال زیر توجه کنید و ببینید از این گفت‌وگو چه اطلاعاتی به‌دســـت می‌آورید. پس از خواندن این مکالمه، نظرتان درباره‌ی راوی و رییس‌اش چیست؟

> شـــریوِر به زوجی که در پارکینـــگ قدم می‌زدند و برچســـب‌ها را نگاه می‌کردند اشاره کرد و گفت: "برو بگیرشون".
>
> گفتم: "الساعه"، بعد از روی صندلی جهیدم و به رییس‌ام چشمکی زدم و ادامه دادم: "فیتیله‌پیچ‌شون کنم، هان؟"
>
> شریوِر غرولند کرد و دوباره به آن‌ها اشاره کرد و گفت: "بدو، بدو، بدو!"
>
> در آینه به خودم نگاه کردم، کراواتم را صاف کردم و با خودم گفتم: "پیش از اینکه حرفم را تمام کنم فکر خواهند کرد که من عیسی مسیح هستم و می‌خواهم پنج‌هزار نفر را طعام بدهم!"

✓ **کنش داســـتانی:** شـــخصیتی که رفتاری قهرمانانه دارد با شـــخصیتی که مثل بزدل‌ها رفتار می‌کند فرق دارد. درســـت است، شخصیت‌ها می‌توانند با رفتارشان آدم را گول بزنند، اما اگر هم چنین باشـــد، اعمال و حرکات بدن‌شـــان نشـــان می‌دهد که آن‌ها شاد، غمگین، هیجان‌زده، مأیوس، وحشت‌زده، کسل، یا سرگرم هســـتند. همچنین کارهای یک شخصیت و زبان بدنش نشان خواهند داد که او درباره‌ی دیگر شخصیت‌ها چه فکری می‌کند و نسبت به آن‌ها چه احساسی دارد. مَثَل قدیمی "شنیدن کـــی بوَد مانند دیدن؟" درباره‌ی آشکار ساختن شخصیت‌ها هم صدق می‌کند. وقتی رفتار شخصیت حاکی از یک چیز است و گفتار او حاکی از چیز دیگر، خواننده‌ها همیشـــه رفتار او – آنچه را که خودشـــان می‌بینند – را باور می‌کنند.



مثال بعدی را بخوانید، ببینید رفتار شخصیت چه چیزی را به شما نشان می‌دهد. به‌نظر شما ممکن است مشتری‌ها چیزی بخرند؟

> از ساختمان بیرون رفتم و در آفتاب درخشان ماه جولای – همان‌طور که زوج مشتری را ورانداز می‌کردم – با قدم‌های گشاد به‌سمت آن‌ها رفتم. آقا داشت به لاستیک‌های ارزان‌قیمت‌ترین ماشین‌مان لگد می‌زد. شوخی نمی‌کنم، خیلی جدی داشـــت به آن‌ها لگد مـــی‌زد. خانم، محکم، کیف

دستی‌اش را چسبیده بود و انگشتانش را دور قفل آن گره کرده بود و با چشم‌هایی ریز شده به برچسب قیمت نگاه می‌کرد. لب‌هایش مثل یک خط باریک بودند که اگر می‌خواست به آن‌ها رژلب بزند باید از یک مداد نوکی استفاده می‌کرد.

✓ **توصیف:** حالتی که یک شخصیت هنگام نگریستن در آینه به خود می‌گیرد نمایانگر درک او از خودش است. اگر او آدم اصیلی باشد، تر و تمیز بودن و مدل لباس‌هایش بلافاصله به شما می‌گوید که او به طبقات بالای اجتماع تعلق دارد. اگر او یک روشن‌فکر حواس‌پرت باشد – حتی اگر موهایش هم مثل موهای انیشتین ژولیده و رو به هوا نباشد – شما این نکته را از روی حالت مات و غریبی که در نگاهش است خواهید فهمید. اگر او آدمی گوشه‌گیر و خجالتی باشد، حتی اگر طبق معمول یک مشت خودکار و مداد همراه نداشته باشد و موهایش را به یک طرف شانه نزده باشد، خواهید فهمید که به چه گروه شخصیتی‌ای تعلق دارد. در این مثال، توصیف شخصیت‌ها درباره‌ی وضع خانوادگی این زوج چه اطلاعاتی را برای شما آشکار می‌کنند؟

در حالی‌که به آن‌ها نزدیک‌تر می‌شدم گفتم: "سلام‌علیکم" و بعد ادامه دادم: "روز فوق‌العاده‌ایه، مگه نه؟ چطور می‌تونم شما دوستان عزیز رو راهنمایی کنم؟"

مرد به من نگاه کرد، اما در واقع مرا ندید. چشم‌هایش کمی به بالا چرخیدند و تقریباً با نگاه من تلاقی کردند، اما بلافاصله سوی دیگری را نشانه رفتند. نمی‌توانستم تشخیص بدهم که آیا آن روز صبح اصلاح کرده است یا نه. وقتی با من دست داد، دست‌هایش زمخت، پینه بسته و چرب بودند. همسرش آهسته پشت سرش راه می‌رفت. چشم‌های خانم، خیرگی و خلأ چشم‌های سگی را داشتند که کتک خورده و موهای کم‌پشتش تا شانه‌هایش می‌رسید و پیراهنش مانند یک کیسه‌ی سیب‌زمینی به تنش زار می‌زد.

✓ **تک‌گویی درونی:** اگر بدانید که در سر شخصیت چه می‌گذرد، آنگاه به ضمیر باطنی او دسترسی مستقیم دارید. تک‌گویی درونی هم – درست مثل گفت‌وگو – به شما اطلاعات مضاعف می‌دهد؛ انتخاب واژگان، گرامر، منطق و قضاوت‌های ارزشی شخصیت به شما می‌گویند او کیست (حتی اگر خودش هم به‌درستی نداند). بر اساس تک‌گویی‌های درونی، آیا به‌نظر شما راوی به همان اندازه که به‌نظر می‌رسد، هیجان دارد یا خیر؟

مرد با سر به فیات جنازه‌مانندی، که به‌نظر شریور تلاش مذبوحانه‌ی ایتالیایی‌ها در امر حمل و نقل است، اشاره کرد و پرسید: "می‌شه برای

امتحان پشت رُل این بشینم؟"

جواب دادم: "البته که می‌شه قربان. فقط لازمه که گواهی‌نامه‌تون رو به من بدید تا این موشک را با هم ببریم بیرون". اگر این ماشین را بفروشم پورسانتم کلاً می‌شود هجده دلار. لابد شریور از خنده روده‌بر می‌شود.

- ✓ **احساسات درونی:** گستره‌ی احساسی شخصیت‌های مختلف با هم متفاوت است. بعضی‌ها مدام به همه چیز واکنش‌های اغراق شده نشان می‌دهند، زیرا مدارهای احساسی‌شان فقط روی یک حالت تنظیم می‌شود: ظرفیت کامل. بعضی‌ها هم همه چیز را مزه‌مزه می‌کنند و حتی اگر آسمان هم واقعاً به زمین بیاید، به‌ندرت واکنش‌های شدید نشان می‌دهند. واکنش احساسی شخصیت داستان شما خیلی چیزها را برای خوانندگان برملا می‌کند. در این مثال، با توجه به احساسات درونی شخصیت راوی داستان، چه چیزهایی درباره‌ی او می‌فهمید؟

آقا برگشت و به همسرش نگاه کرد: "مالی، کیف پولم را بده".

زن دستش را در کیفش فرو برد و اول آهسته و بعد هراسان آن را جستجو کرد و به مرد گفت: "فرانکی... نیستش".

مرد با پشت دست محکم بر گونه‌ی راست زن کوبید و گفت: "زنیکه‌ی احمق".

انگار که حجمی از سُرب داغ توی دلم منفجر شد. دیگر هیچ چیز نمی‌شنیدم جز وز وز ده‌هزار زنبور سرخ در مغزم.

- ✓ **فلش‌بک:** توصیه می‌کنم که مراقب باشید بیش از حد از فلش‌بک استفاده نکنید. اما به هر حال این عنصر می‌تواند در فاش کردن بخشی از پیشینه‌ی شخصیت داستان بسیار مؤثر باشد و بر هسته‌ی باطنی او نور بیفکند.



فلش‌بک را برای اتفاقات بی‌اهمیت هدر ندهید. اگر می‌خواهید از این ابزار بهره بگیرید، خواننده را به بدترین روزهای زندگی شخصیت داستان ببرید. خواننده را به درون جهنم زندگی خصوصی شخصیت ببرید، تا همدردی‌اش را به‌شکل کاملاً متفاوت و جدیدی به‌دست آورید.

در مثال زیر، (با در نظر گرفتن دو بند اول) فکر می‌کنید فلش‌بک راوی داستان قرار است به کجا برسد؟ وقتی فلش‌بک تمام می‌شود، به‌نظر شما این صحنه در چه جهت جدیدی ادامه خواهد یافت؟

۸ ساله‌ام و پیرمرد دوباره مادرم را به باد کتک گرفته است. تیزی صدای سیلی محکم دیگری از دیوار اتاق خواب عبور می‌کند، بعد صدای بریده‌ی نفس مادرم می‌آید و بعد صدای پیرمرد که زیر لب می‌گوید: "هرزه".

> مشت‌هایم در نهایت خشم مانند دو پتک کوچک شده‌اند؛ آن‌گونه که فقط یک اَبَرقهرمان ۳۰ کیلویی قادر است در برابر نیروهای اهریمنی بایستد.

در مثال‌هـــای بالا همه چیز را جوری بزرگ‌نمایی کرده‌ایـــم که بتوانیم نکته‌های مورد نظرمان را در حداقل جا بگنجانیم. این مثال‌ها طوری طرح شده‌اند که نیازهای آموزشی را برآورده کنند و قرار نبوده ارزش ادبی خاصی داشـــته باشند. شما هنگام نوشتن رمان خود، فضای بیشتری برای کار دارید و می‌توانید با ظرافت بیشتری عمل کنید.

فصل ۸

خطّ داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای: لایه‌های فوقانی پی‌رنگ

در این فصل

- نوشتن خطّ داستانی برای توصیف جوهره‌ی داستان
- نوشتن اول، وسط و پایان داستان با استفاده از ساختار سه‌پرده‌ای
- ارائه‌ی ساختار سه‌پرده‌ای

ساختار داستانی ـ طرح کلی و موجزی از داستان شما که جوهره‌ی آن را برمی‌تابد ـ کلید فروختن داستان به ناشر است و در موفقیت شما به‌عنوان یک نویسنده نقش مهمی دارد. دلیل اینکه ساختار داستانی ابزار فروش فوق‌العاده‌ای است، این است که به کمک آن می‌توانید داستان خود را در چند جمله‌ی کوتاه توضیح دهید، به‌طوری که مردم بلافاصله بفهمند آیا این داستان به درد آن‌ها می‌خورد یا نه. اهمیت این ساختار برای شما از این روست که به تمرکزتان به‌عنوان نویسنده کمک می‌کند و در ویرایش داستان هم مؤثر است.

رمان امروزی گونه‌ی بسیار پیچیده‌ای از هنر است. پی‌رنگ رمان، دارای شش لایه از پیچیدگی است که در این فصل به دو لایه‌ی فوقانی آن می‌پردازیم: خطّ داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای. لایه‌های دیگر را (خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها، صحنه و چیدمان) در فصل‌های ۹ و ۱۰ بررسی می‌کنیم.

ساختار بخشیدن به نمای کلی داستان: خطّ داستانی

اگر می‌خواهید رمانی بنویسید که از نظر تجاری موفق شود، باید کتاب خود را هفت مرتبه بفروشید. ما به این فرایند لقب زنجیره‌ی فروش را داده‌ایم. زنجیره‌ی فروش چنین شکلی دارد:

۱. شما – یا ترجیحاً نماینده‌ی ادبی‌تان – مفهوم کلی داستان را به دبیر انتخاب

کتاب می‌فروشید و این ویراستار است که تصمیم می‌گیرد آن را برای بررسی نزد کمیته‌ی نشر ببرد.

۲. ویراستار ایده را به کمیته‌ی نشر می‌فروشد و کمیته‌ی نشر باید تصمیم بگیرد که آیا این کتاب را می‌توان چاپ کرد یا خیر. سپس ناشر قراردادی پیش روی شما قرار می‌دهد که در آن حق‌التألیف و پیش‌پرداخت‌های شما معین شده است.

۳. وقتی کتاب وارد مراحل تولید می‌شود، ویراستار آن را به تیم فروش می‌فروشد. تیم فروش باید سفارش‌ها را از کتاب‌فروشی‌ها و دیگر فروشگاه‌های مرتبط دریافت کند.

۴. تیم فروش کتاب را به خریداران حرفه‌ای (توزیع کننده‌ها) می‌فروشد و آن‌ها به سفارش خرید کتاب‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب پاسخ می‌دهند.

۵. نسخه‌ی پشت جلد و کاتالوگ کتاب شما ایده را به کارمندان بخش فروش کتاب‌فروشی‌ها می‌فروشد. این افراد روزانه با خوانندگان در تماس‌اند.

۶. نسخه‌ی پشت جلد یا کارکنان بخش فروش، کتاب را به خوانندگانی که برای یافتن مطالب خواندنی پا به کتاب‌فروشی گذاشته‌اند، می‌فروشند.

۷. اولین موج خوانندگان ایده‌ی کتاب را به دوستان‌شان می‌فروشند؛ زیرا آن‌ها به‌قدری از کتاب لذت برده‌اند که نمی‌توانند مدام درباره‌ی آن حرف نزنند.

وجود زنجیره‌ی فروش لازم است. اگر هر یک از حلقه‌های این زنجیره را بشکنید، به احتمال بسیار زیاد فروش کتاب‌تان موفقیت‌آمیز نخواهد بود.

لطفاً به یک نکته‌ی خیلی مهم توجه کنید: افرادی که در زنجیره‌ی فروش نقش دارند داستان شما را به‌خوبی خود شما نمی‌شناسند. اما هر کدام از آن‌ها باید راهی پیدا کند تا از طریق آن، هیجان خود را درباره‌ی کتاب شما با حلقه‌ی بعدی زنجیره در میان بگذارد. اگر می‌خواهید این افراد کارشان را به‌خوبی انجام دهند، این وظیفه‌ی شماست که ابزارهای مورد نیاز را در اختیارشان بگذارید. این ابزار، یک خلاصه‌ی کوتاه و یک‌جمله‌ای از رمان‌تان است. ما به این جمله می‌گوییم *خطّ داستانی*. خطّ داستانی رمان شما، جوهره‌ی داستان را در خود نهان کرده است.

شما باید زمانی که به خطّ داستانی فکر می‌کنید، کلاه ساده‌گرایی‌تان را بر سر بگذارید. مهم نیست که چقدر می‌توانید به داستان بیفزایید، مهم مقداری است که می‌توانید از داستان جدا کنید. در این قسمت نحوه‌ی نگارش خطّ داستانی را نشان‌تان می‌دهیم.

درک ارزش خطّ داستانی

ننوشـــتن خطّ داستانی شما را نمی‌کُشد و بدون این عنصر شما همچنان قادر به نوشتن رمان هستید. پس چرا باید وقتی را صرف نوشتن آن کنید؟ به طرح داستانی توجه کنید که نوشتن خطّ داستانی برای آن مفید واقع می‌شود:

شـــما در یک همایش ادبی هستید که در هتلی برگزار می‌شود و منتظر آسانسور ایســتاده‌اید. آسانسور مقابل شما توقف می‌کند و وارد آن می‌شوید و خود را کنار یک نماینده‌ی ادبی رده‌بالا می‌یابید. دوستانه به او لبخند می‌زنید. او با چشم‌های ریز شـــده برچسب نام شما را می‌خواند و می‌گوید: "سلام، شما چه جور داستانی می‌نویسید؟"

در آسانسور بسته می‌شود و شما احساس می‌کنید که قلب‌تان درست زیر تارهای صوتی‌تان دارد تاپ‌تاپ می‌کند. در جواب او می‌گویید: "من... خب، راســتش... داستان راجع‌به یک آدمی است... که در کارخانه‌ی اتوبوس‌سازی کار می‌کند. آخ، نه... آن قســمتش را تغییر داده‌ام؛ او راننده‌ی یک اتوبوس شهریه. یک دختر هم هســت که همسر شخصیت مرد نیست، اما مرد دلش می‌خواهد با او ازدواج کند. البته دخترک از وجود مرد بی‌خبر است. یعنی یک جورهایی می‌داند او کیست، اما در واقع نمی‌داند. مرد خواب می‌بیند که..."

در آسانســور در طبقه‌ی بعدی باز می‌شــود و نماینده‌ی ادبی خارج می‌شود و به شما می‌گوید: "وای چقدر عالی به‌نظر می‌آید. ببخشید من عجله دارم، باید بروم".

شما همان‌طور ایســتاده‌اید و کف دست‌های عرقی‌تان را به پیراهن‌تان می‌مالید و حســابی با خودتان درگیرید، زیرا حتی نتوانستید به اصل ماجرا برسید. در واقع اصلاً فرصت نکردید قسمت جالب داستان‌تان را تعریف کنید که در آن راننده‌ی اتوبوس خواب یک حمله‌ی تروریســتی در شهربازی دیزنی‌لند را می‌بیند؛ درست همان‌طوری که در سپتامبر سال ۲۰۰۱ خواب حملات تروریستی برج‌های دوقلو را دیده بود. اما دیگر مهم نیست. آن نماینده رفته و شما هر شانسی را که ممکن بود داشته باشید، از کف داده‌اید.

حالا فیلم را به عقب برگردانید و تکه‌ی آخر آن را دوباره بازی کنید:

در آسانسور بسته می‌شود و شما احساس می‌کنید که قلب‌تان درست زیر تارهای صوتی‌تــان دارد تاپ‌تاپ می‌کند. در جواب او می‌گویید: "دارم یک رمان رمزآلود ماوراءالطبیعی می‌نویســم که شــخصیت اصلی آن راننده‌ی اتوبوسی است که درباره‌ی یک حمله‌ی تروریســتی در شهربازی دیزنی‌لند رؤیای صادقه می‌بیند؛ این در حالی است که او قبلاً هم در سپتامبر سال ۲۰۰۱ چنین خوابی دیده بود."

در آسانسور در طبقه‌ی بعدی باز می‌شود و نماینده خارج می‌شود. او برمی‌گردد و در حالی‌که قیافه‌اش یک طور خنده‌داری شده، برچسب نام شما را دوباره می‌خواند: "ببین، من الان باید در یک جلسه حاضر شوم، اما کتاب تو دقیقاً همان نوع کتابی است که دوست دارم بخوانم. می‌توانیم با هم صحبت کنیم؟ این کارت ویزیت من است که شماره‌ی تلفن همراهم رویش نوشته شده است. یک ساعت دیگر به من زنگ بزن".

دیدید چقدر تفاوت داشتند؟ در هر دو مورد داستان فوق‌العاده‌ی شما یکسان است. در روایت اول شما نمی‌دانید داستان‌تان را چطور باید در یک جمله عرضه کنید اما در دومی می‌دانید.



اگر نتوانید یک خطّ داستانی خوب بنویسید، آنگاه همه‌ی افراد زنجیره‌ی فروش خطّ داستانی ابتکاری خودشان را ضمیمه‌ی داستان شما می‌کنند. هیچ‌کدام این افراد داستان‌تان را به‌خوبی خود شما نمی‌شناسند و آن را مثل شما دوست ندارند. ممکن است آن‌ها تمام تلاش‌شان را بکنند اما باز هم خطّ داستانی‌ای که می‌نویسند از جوهره‌ی داستان شما تهی باشد. اگر نماینده یا ویراستارتان از همان ابتدا با خطّ داستانی شما آشنا باشد، اطمینان حاصل می‌کند که دیگر افراد زنجیره‌ی فروش هم خطّ داستانی شما را از بر خواهند کرد. هرچه خطّ داستانی ساده‌تر باشد، انتقال آن در طول زنجیره‌ی فروش هم آسان‌تر خواهد بود.



خطّ داستانی فقط یک ابزار فروش نیست؛ این عنصر می‌تواند در ایجاد تمرکز در تلاش‌های خلاقانه‌ی شما طی ماه‌های دشوار برنامه‌ریزی و نوشتن داستان‌تان هم مؤثر باشد. دانستن "موضوع اصلی" داستان‌تان به شما کمک می‌کند در مواجهه با دشواری‌های معمول از مسیر اصلی خود منحرف نشوید. اگر بعد از نوشتن پیش‌نویس اولیه همچنان خطّ داستانی خود را پیدا نکرده باشید، آنگاه نوشتن آن می‌تواند در بازخوانی و اصلاح به کمک‌تان بشتابد تا از شر بخش‌های غیرضروری داستان‌تان خلاص شوید. اگرچه وجود خطّ داستانی ضروری نیست، اما این عنصر می‌تواند برای شمای نویسنده و تمام افرادی که در زنجیره‌ی فروش رمان‌تان دخیل هستند، بسیار ارزشمند باشد.

نوشتن یک خطّ داستانی عالی

هدف از نوشتن خطّ داستانی این است که یکی از این دو واکنش احتمالی را از شنونده دریافت کنیم:

- ✓ بَه! خوشم آمد. بیشتر برایم بگو.
- ✓ شرمنده، راستش زیاد خوشم نیامد.



خطّ داستانی شما باید بلافاصله، شنونده را از اینکه در گروه مخاطبان داستان شما جای می‌گیرد یا خیر، آگاه کند (در فصل ۳ با جزئیات بیشتر درباره‌ی نحوه‌ی انتخاب مخاطب مناسب توضیح داده‌ایم). یادتان باشد که شما هرگز نمی‌توانید کتابی بنویسید که برای همه جالب باشد. اگر کسی در گروه مخاطبان شما جای نگرفت، اشکالی ندارد، زود از او دل می‌کنید و سراغ نفر بعدی می‌روید. اما اگر کسی به گروه مخاطبان‌تان تعلق داشته باشد، پیروز شده‌اید.

یک خطّ داستانی خوب باید الزاماً این خصوصیات را داشته باشد:

- ✓ **مختصر باشد:** خطّ داستانی باید کوتاه باشد تا شما و تمام افراد زنجیره‌ی فروش کتاب‌تان، بتوانید به‌راحتی آن را از بر کنید و به زبان بیاورید.
- ✓ **احساسات را برانگیزد:** هدف نوشتن داستان اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده است. بنابراین خطّ داستانی باید نوع تجربه‌ی حسی‌ای را که داستان شما قرار است ارائه دهد، افشا کند.
- ✓ **حس کنجکاوی را بیدار کند:** خطّ داستانی نباید داستان را لو بدهد. خطّ داستانی باید سؤال داستانی را طرح کند و به پاسخ نیاز داشته باشد.



اگر می‌خواهید نحوه‌ی نوشتن یک خطّ داستانی خوب را یاد بگیرید، فهرست کتاب‌های پرفروش را نگاه کنید. آن‌ها اغلب خلاصه‌ای تک‌جمله‌ای از هر کتاب ارائه می‌دهند. بررسی کنید که آن جملات چطور کنجکاوی شما را تحریک می‌کنند و احساسات‌تان را تنها با بیان چند کلمه به غلیان وا می‌دارند.



در ادامه به تعدادی از ویژگی‌های مهم یک خطّ داستانی موفق اشاره می‌کنیم. این ویژگی‌ها الزامی نیستند اما رهنمودهای خوبی به‌شمار می‌آیند:

- ✓ خودتان را به ۲۵ واژه – یا کمتر – محدود کنید. اگر بتوانید خطّ داستانی را با کمتر از ۱۵ واژه توصیف کنید امتیاز بیشتری می‌گیرید.
- ✓ در خطّ داستانی به تعداد کمی از شخصیت‌ها اشاره کنید. یک یا دو نفر کافی است. سه شخصیت، بیشترین تعدادی است که مجازید در خطّ داستانی داشته باشید.
- ✓ فقط یک رگه از داستان را تعریف کنید: مهم‌ترین یا جالب‌ترین بخش.
- ✓ سعی کنید تا جایی که می‌توانید از نام بردن شخصیت‌ها طفره بروید. به‌جای این‌کار آن‌ها را با توجه به بی‌ثباتی‌های درونی‌شان – که به کشمکش در داستان منجر می‌شوند – توصیف کنید. "هنرمند بندبازی که یک دستش را از دست داده" قطعاً از "جو" جالب‌تر است. (البته هرگاه شخصیت مشهوری – مانند هودینی شعبده باز، یا ماری کوری فیزیک‌دان – در رمان شما نقش داشته باشد،

تخطی از این قاعده ممکن است و می‌توان به اسامی شخصیت‌ها اشاره کرد).

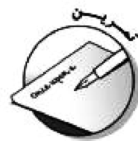
✓ وقتی خطّ داستانی یک رمان تاریخی را می‌نویسید، در صورتی‌که دوره‌ی زمانی و موقعیت جغرافیایی داستان به اعتبار آن می‌افزایند، آن‌ها را ذکر کنید.

✓ از صفت‌هایی اســتفاده کنید که حس همدردی را در خواننده تحریک می‌کنند؛ یا یکی از شخصیت‌ها را مثل یک غریبه معرفی کنید. واژه‌ی *جوان* مدام در خط‌های داســتانی مشاهده می‌شود، زیرا این واژه مفهوم آســیب‌پذیری را در خود دارد و برای فرهنگ امروزی جوان‌محور جالب است. اشاره به جنسیت شخصیت‌ها نیز ممکن اســت تنش‌های عاشقانه ایجاد کند یا شخصیت‌هایی را نشان دهد که از کلیشه‌ها عبور کرده‌اند. اگر اشــاره به جنسیت شخصیت‌ها تب و تاب داستان را زیاد نشان می‌دهد، می‌توانید در این باره کمی زیاده‌گویی هم بکنید.

✓ واهمه نداشــته باشید و با استفاده از فعلی مثل ســتیز کردن یا گلاویز شدن به جمله‌هایتان کمی هیجان بدهید.

✓ بــا گنجاندن عاملی غافلگیر کننده یا عباراتی تــکان دهنده در پایان جمله، خطّ داستانی را حمایت کنید.

شــما می‌توانید خطّ داســتانی را در هر زمانی بنویسید. خیلی چیزها به الگوی نوشتاری خلاقی بستگی دارد که دنبال می‌کنید (در فصل ۴ درباره‌ی این الگوها توضیح داده‌ایم). اگر نویسنده‌ی پیرو شیوه‌ی غریزی یا ویرایش همزمان هستید، احتمالاً بهتر است خطّ داســتانی را بعد از پیش‌نویس اول – زمانی‌که داستان را به‌خوبی فهمیدید – بنویسید. اگر پیرو الگوی دانه‌برفی یا طرح کلی هســتید، بد نیست که پیش از شروع به نوشتن، خطّ داستانی را پیش‌بینی کنید. پیشنهاد می‌کنیم که متناوباً به سراغ خطّ داستانی بروید زیرا این کار سبب می‌شود خطّ داستانی هوشمندانه‌تر، معتبرتر و شیواتر شود.



طی کردن مراحل می‌توانند در نوشــتن خطّ داســتانی به شما کمک کنند. ممکن است بخواهید با نوشــتن خطّ داستانی چند رمان چاپ شــده تمرین کنید (در قسمت بعدی چند نمونه خطّ داســتانی را عنوان می‌کنیم). وقتی آمادگی لازم را پیدا کردید، می‌توانید نوشتن خطّ داستانی برای رمان خودتان را امتحان کنید.

۱. شخصیتی را که می‌خواهید خطّ داستانی بر او تمرکز داشته باشد، انتخاب کنید.

معمولاً تمرکز خطّ داستانی روی قهرمان داستان است. اما می‌توان روی شخصیت تبهکار یا فرد دیگری هم کار کرد. سؤالات زیر برای تحریک حسگرهای شما و ایجاد جرقه‌ای برای نوشتن خطّ داستانی طراحی شده‌اند:

• کدام‌یک از شخصیت‌های داســتان شما متناقض‌ترین ارزش‌ها را دارد؟ (در فصل ۷ به تفصیل درباره‌ی ارزش‌ها صحبت کرده‌ایم)

- کدام شخصیت قوی‌ترین نقش را در داستان ایفا می‌کند؟
- کدام شـــخصیت با ســـخت‌ترین مانع یا بزرگ‌ترین تناقض مواجه است؟
- هدف داستانی هریک از شخصیت‌های اصلی چیست؟ (در فصل ۷ درباره‌ی اهداف داستانی توضیح داده‌ایم)

۲.جمله‌ای درباره‌ی این شـــخصیت بنویســـید که در آن یک سؤال داستانی احتمالی نهفته باشد.

سؤال داستانی پرسشی اســـت که به احتمال شکست یا پیروزی شخصیت رمان شما در رسیدن وی به هدف داستانی‌اش اشاره دارد (در فصل‌های ۶ و ۷ درباره‌ی سؤال داستانی بیشتر توضیح داده‌ایم).

۳.جمله را ویرایش کنید.

نوشـــتن یک خطّ داستانی قوی به تمرین زیادی نیاز دارد و ممکن است دفعه‌ی اول نتوانیـــد آن را به‌خوبی از آب درآورید (اگر بتوانید دفعه‌ی اول خطّ داســـتانی خوبی بنویســـید، احتمالاً شـــما در عرصه‌ی بازاریابی نابغه‌اید). مادامی‌که آخرین تلاش‌تان برای نوشتن خطّ داســـتانی نتیجه‌ی مطلوب بدهد، اینکه ده ـ بیست دفعه‌ی اول موفق نبوده‌اید، اشـــکالی نخواهد داشت. پس، از خودتان چند سؤال بپرسید: آیا شخصیت داســـتان جالب است؟ آیا پی‌رنگ ساده است؟ آیا واژه‌ها از نظر حسی تهییج کننده‌اند؟

آیا به ســـاختن محیط داستان نیاز دارید؟ آیا می‌توانید از جمله‌ای که نوشته‌اید با عامل غافلگیری یا شوک احساسی حمایت کنید؟

به یاد داشـــته باشید: خطّ داستانی باید از هر چیز غیرضروری تهی باشد و حتی چیزهایی را که در ســـاختار داستان شما ضرورت کمتری دارند، کنار بگذارد. در ســـاده‌کردن خطّ داستانی بی‌رحم باشید. مســـئله این نیست که چقدر اطلاعات می‌توانید در خطّ داستانی جای دهید، مسئله این است که چقدر می‌توانید مطالب را ساده کنید و همچنان تأثیری ماندگار از خود بر جای بگذارید.

۴.بگذاریدش برای بعد.

خطّ داستانی شـــما احتمالاً بی‌نقص نیست. یک هفته یا یک ماه دیگر دوباره به ســـراغش بروید و سعی کنید آن را بهبود ببخشـــید. برای نکات بیشتر درباره‌ی اصلاح خطّ داستانی به فصل ۱۳ بروید.

چند مثال: نگاهی به خطّ داستانی ۲۰ رمان پرفروش

لطفاً توجه داشــته باشید که نوشتن خطّ داستانی یک هنر است نه علم و واقعاً هیچ راه جامع و خوبی برای این کار وجود ندارد. هدف از نوشــتن خطّ داستانی برانگیختن حس توجه در خواننده‌ی مورد نظر شماست، به‌طوری که او بگوید: "آخ جون! بازم بگو".

بهترین راه برای آموختن نحوه‌ی نگارش خطّ داستانی، مطالعه‌ی چند نمونه است. تلاش کنید برای رمان‌های زیر خطّ داســتانی بنویســید، بعد نوشته‌ی خود را با نوشته‌های ما مقایسه کنید. تمرین کردن باعث نمی‌شود استاد شوید اما به شما کمک می‌کند بهتر شوید.



شکستن قوانین با تخلّف

رَندی در یک جلسه‌ی آشنایی و امضای کتاب، با اســتفاده از یک خطّ داستانی ۱۱ کلمه‌ای، چندین نســخه از رمان اولــش، *تخلف*، را به فروش رساند. خطّ داستانی او چنین بود: "یک فیزیک‌دان برای قتل پاولِ حواری در زمان به عقب برمی‌گردد." واکنش به این جمله همیشه یا یک خمیازه بود یا نوعی ابراز شگفتی. رَندی در پاســخ به آن‌هایی که شگفت‌زده می‌شدند می‌گفت: "راستی من خودم فیزیک‌دان هستم و درباره‌ی سفر هم اطلاعات زیادی دارم."

توجــه کنید که رَندی یکــی از قوانین خود را زیر پا گذاشــته (و نام پاولِ حواری را، که یک شخصیت مشــهور است، افشا کرده است) زیرا این کار هیجان بیشتری ایجاد می‌کند.
اگر *تخلـف* را خوانــده باشــید، می‌دانید که هیچ‌یک از دو شــخصیت اصلی این داستان در خطّ داستانی ذکر نشده‌اند. اشکالی هم ندارد. هدف این خطّ داســتانی، طرح این سؤال بود: آیا فیزیک‌دان می‌توانــد آن پاولِ مزاحم را به قتل برساند، یا نه؟

در اینجا به خطّ داســتانی ۲۰ رمان اشاره شده اســت. مثال‌های ما بین ۱۴ تا ۲۷ واژه دارند (به‌طور میانگین ۱۹ واژه). این مثال‌ها را بخوانید. اگر تمرین کنید، احتمالاً خواهید توانست خط‌های داستانی بهتری بنویسید.

✓ **چشمک، نوشته‌ی تِــد دِکــِر (مهیج مذهبی):** "زن جوان سعودی در حال فرار از دســت خانواده‌اش، با نابغه‌ی فیزیک اهل برکلی که به‌تازگی فهمیده می‌تواند آینده را ببیند، آشنا می‌شود."

آنچه ســبب می‌شود این خطّ داستانی مؤثر واقع شــود، ترکیبی نامتعارف است: زن مســلمان و پارسا در کنار یک دانشــجوی فیزیک غیرمذهبی چنان جذابیتی به داستان می‌بخشــد که مسیحیان محافظه‌کار و مؤمنی که دوستدار رمان‌های مهیج و مخاطبان آثار دِکــِر هستند، نمی‌توانند در مقابل آن مقاومت کنند. ما عنصــر ماوراءالطبیعه (دیدن آینده) را هم در این خطّ داســتانی گنجانده‌ایم تا به خاص بودن آن بیفزاید.

✓ ***قبیله‌ی خرس غارنشین*، نوشته‌ی جین اَول (تاریخی):** "دختر جوانی از گونه‌ی انسان، در اروپای عصر یخبندان تقلا می‌کند از آزار خانواده‌ی نئاندرتال ناتنی‌اش جان به در برد."

در اینجا ما فقط به یک شخصیت اشاره می‌کنیم و او آیلا، دختری است که در آغاز داستان ۴ سال دارد. چرا دیگر شخصیت‌های داستان را ذکر نمی‌کنیم؟ زیرا هرچه کمتر، بهتر. با اشاره نکردن به آن‌ها، جا برای هیجان آخر جمله باز می‌شود: آیلا بین نئاندرتال‌ها زندگی می‌کند. این مورد، مثال دیگری از گنجاندن شوک احساسی در خطّ داستانی است.

✓ ***تماس*، نوشته‌ی کارل سِیگَن (علمی ـ تخیلی):** "زن فضانورد جوانی متوجه سیگنال‌های رادیویی بیگانه‌ها از یک ستاره‌ی نزدیک می‌شود."

خطّ داستانی در اینجا جنسیت شخصیت محوری داستان را برجسته می‌کند و در مقابل کلیشه‌ی مرد بودن دانشمندان قد علم می‌کند. این کار به‌طور خودکار باعث برانگیختن هم‌حسی مخاطب می‌شود، زیرا قهرمان داستان یک تازه‌وارد است. واژه‌ی *بیگانه* همیشه — خصوصاً در داستان‌های علمی ـ تخیلی — هیجان ایجاد می‌کند.

✓ ***راز داوینچی*، نوشته‌ی دَن براون (مهیج):** "نمادشناسی از هاروارد، همراه با خانم رمزنگاری از فرانسه، طی جدالی مرگبار در سرتاسر اروپا، معمای جام مقدس را حل می‌کنند."

اشاره‌ی مستقیم به شخصیت‌های مذکر و مؤنث نشان از تنش‌های عاشقانه دارد، که همیشه — حتی اگر در داستان مرکزیت هم نداشته باشد — جالب توجه است. در این مورد، خط داستان به خودی خود دارای هیجان است و این امر از سه عبارت واکنش برانگیز مجزا قابل تشخیص است: "جام مقدس" اشاره به مذهب دارد، "جدال مرگ‌بار" عبارت یادآور ژانر مهیج است و "اروپا" حس خوش آب و رنگ غیربومی و تازگی‌ای را به اثر می‌بخشد که آن را برای مخاطبان آمریکایی جذاب می‌کند.

✓ ***شرکت*، نوشته‌ی جان گریشام (مهیج حقوقی):** "وکیلی مستعد و جوان، شغلی فوق‌العاده در یک شرکت پیدا می‌کند که در حقیقت سرپوشی است برای یک عملیات پول‌شویی مافیایی."

این خطّ داستانی بر یک شخصیت تمرکز می‌کند و او را به‌سرعت از یک نقطه‌ی اوج ("شغل فوق‌العاده") به یک نقطه‌ی پست ("عملیات پول‌شویی مافیایی") می‌برد. گنجاندن اندکی ذوق در آغاز جمله ("وکیلی مستعد و جوان") کار متداولی است، اما در واقع محرک اصلی در پایان جمله به‌کار رفته است.

✓ ***دختری با گوشواره‌ی مروارید*، نوشته‌ی تریسی چِوالیِر (تاریخی-ادبی):**

"ندیمه‌ی جوانی در هلند قرن ۱۷ در خانه‌ی نقاش شهیر، یوهان ورمیر، در قلب یک اختلاف زناشویی قرار می‌گیرد."

این خطّ داستانی، مانند خود داستان، با رنگ‌های مات به تصویر کشیده شده است. ما با گنجاندن نام نقاش شهیری که نقش مهمی در داستان دارد، به خطّ داستانی هیجان افزوده‌ایم.

✓ ***پارک گورکی***، **نوشته‌ی مارتین کروز اسمیت (رمزآلود):** "یک کارآگاه جنایی در مسکو در حال رسیدگی به پرونده‌ی سه قتل عجیب، گرفتار کا.گ.ب و اف.بی.آی می‌شود."

کارآگاهان جنایی شخصیت‌های پیشِ پا افتاده‌ای هستند و به همین دلیل ما ابتدا بر آنچه این کارآگاه را خاص می‌کند، انگشت گذاشته‌ایم: او در مسکو کار می‌کند. در ادامه واژه‌ی عجیب را به‌کار برده‌ایم که جنبه‌ی هیجانی دارد و استفاده از آن در خطّ داستانی رمان‌های این ژانر رواج دارد. خواننده تعجب نمی‌کند که یک پلیس در مسکو با کا.گ.ب درگیر شود اما ما با افزودن واژه‌ی اف.بی.آی قضیه را بغرنج‌تر می‌کنیم. خواننده‌ی این ژانر می‌خواهد بداند که چرا اف.بی.آی و کا.گ.ب با هم تبانی کرده‌اند.

✓ ***شکار اکتبر سرخ***، **نوشته‌ی تام کلنسی (مهیج-فناوری نظامی):** "ناخدای یک زیردریایی روسی، در تلاش خود برای تحویل جدیدترین زیردریایی روس‌ها به آمریکا، نیروی دریایی شوروی را سرگردان می‌کند."

خطّ داستانی بر یک شخصیت عادی – ناخدای زیردریایی – متمرکز شده است. ما اصلاً از جناب جَک رایان، شخصیت میلیون‌دلاری آفریده‌ی تام کلنسی، حرفی به میان نیاورده‌ایم. می‌پرسید چرا؟ چون اگر سؤال داستانی به حد کافی قوی باشد، انتظار حضور یک قهرمان توانمند در داستان ایجاد خواهد شد. رایان شخصیت توانمندی است، اما در این لحظه برای جلب توجه به او نیاز نداریم. خطّ داستانی ما پر از نکته‌های محرکی است که خصوصاً در اوایل دهه‌ی ۸۰ میلادی، که جنگ سرد به اوج خود رسیده بود، حساسیت زیادی داشتند.

✓ ***بادبادک‌باز***، **نوشته‌ی خالد حسینی (ادبی):** "پسری که در افغانستان بزرگ شده است، با شرمندگی ناشی از ناتوانی‌اش در مبارزه با دار و دسته‌ای که به نزدیک‌ترین دوستش تعرض کرده‌اند زندگی می‌کند."

خطّ داستانی با واژه‌ای شروع می‌شود که خواننده را اسیر خود می‌کند: *افغانستان*. با توجه به نام نویسنده، خواننده بلافاصله فکر می‌کند که رمان نگاهی نزدیک به یک کشور مرموز است. ما در ادامه به یک‌سری نکات محرک اشاره می‌کنیم: *شرمندگی*، *ناتوانی*، *دار و دسته*، *تعرض*، دوست. خطّ داستانی نوید ماجرای

متفاوتی را می‌دهد که اصل کتاب قرار است آن را عرضه کند.

- ✓ ***ارباب حلقه‌ها*، نوشته‌ی جی. آر. آر. تالکین (خیال‌انگیز):** "هابیتی می‌فهمد که نابود کردن حلقه‌ی سحرآمیزش کلید نجات زمین میانه از چنگ ارباب تاریکی است."

توجه کنید که چطور بسیاری از شخصیت‌ها را در این خطّ داستانی از قلم انداخته‌ایم: جادوگرها، الف‌ها، اورک‌ها، انت‌ها، گالوم، شلب، تام بُمبادیل. در ضمن برخی از مکان‌های مهم را هم ذکر نکرده‌ایم: شایر، ریوندل، لوتلورین، روهان، میناس تیریت و حتی موردور. خطّ داستانی را به فرودو، قهرمان داستان و ارباب تاریکی محدود کرده‌ایم. در نبرد بین خیر و شر، کافی است فقط به نمایندگان این دو جبهه اشاره کنید.

- ✓ ***استخوان‌های دوست‌داشتنی*، نوشته‌ی آلیس سیبولد (ادبی):** "دختر جوانی پس از اینکه توسط یک همسایه مورد تعرض قرار می‌گیرد و به قتل می‌رسد، از بهشت شاهد آشفتگی خانواده‌اش است."

این خطّ داستانی بر یک جنبه‌ی نامتعارف داستان تأکید می‌کند: تماشای ماجراها از بهشت. ببینید چطور چند واژه‌ی دلخراش را کنار هم چیده‌ایم ("مورد تعرض قرار می‌گیرد و به قتل می‌رسد"). داستان برای برخی از خواننده‌ها بیش از حد جگرخراش است و این خطّ داستانی آن‌ها را بلافاصله متوجه این می‌کند که قادر به تحمل آن نیستند.

- ✓ ***مردی از سن‌پترزبورگ*، نوشته‌ی کن فولت (مهیج تاریخی):** "در سال ۱۹۱۴ یک آشوب‌طلب روس سعی در ترور اشراف‌زاده‌ای دارد که در حال رایزنی برای ورود کشورش به جنگ اول جهانی است."

خطّ داستانی با یک تاریخ – ۱۹۱۴ – آغاز می‌شود که از واجبات رمان‌های تاریخی است. حالا بیایید محرک‌ها را بشماریم: "آشوب‌طلب روس"، "ترور"، "اشراف‌زاده" و "جنگ اول جهانی". اگر این رمان را خوانده باشید، می‌دانید که داستان چهار شخصیت اصلی دارد و هر یک از آن‌ها مسیر داستانی مهمی را طی می‌کنند و نیز اینکه وینستون چرچیل جوان هم در ماجرا نقش دارد. ما تصمیم گرفتیم فقط به یک شخصیت مهم (فرد تروریست) و یک شخصیت پیش‌پاافتاده (اشراف‌زاده‌ی روس) اشاره کنیم. می‌پرسید چرا سه شخصیت مهم را جا انداخته‌ایم؟ زیرا هرچه کمتر، بهتر. سعی کنید خطّ داستانی خود را روی برجسته‌ترین نکته بنا کنید. می‌پرسید چرا به چرچیل اشاره نکرده‌ایم؟ زیرا نمی‌دانستیم چطور می‌شود بدون غلو بیش از حد در خطّ داستانی از نام او هم استفاده کنیم. شما ببینید آیا می‌توانید با حذف یک مورد و افزودن نام چرچیل خطّ داستانی را بهبود بخشید.

✓ **نام من اَشِـر لـِـو است، نوشته‌ی چاییم پوتوک (ادبی):** "یک هنرمند یهودی اُرتُدکس تلاش می‌کند هنر، مذهب و خانواده‌اش را با هم آشتی دهد."

ما در اینجا کشمکشی درونی را برجسته ساخته‌ایم: یهودیت ارتدکس از گذشته‌ی دور با هنرهای بصری مشـکل داشته است، زیرا فرمان دوم از ده فرمان، تهیه‌ی تصویر را ممنوع کرده است. هنرمند داستان، اَشِـر لـِـو، برای رسیدن به درجات عالی در کارش مجبور اسـت سنتی چند صد ساله را بشکند. ما این خطّ داستانی را با واژه‌هایی مانند "خانواده‌اش" سـنگین‌تر کرده‌ایم زیرا به این شـکل نشان می‌دهیم که تمرد از مذهب همواره در زندگی خصوصی افراد گران تمام می‌شود.

✓ ***خارجی*، نوشته‌ی دیانا گابالدون (عاشـقانه – سفر زمان):** "یک پرستار جوان انگلیسـی که از سال ۱۹۴۵ به سال ۱۷۴۳ سفر کرده است، به‌دنبال راهی برای بازگشت به خانه است."

نیروی نهفته در واژه‌ی سـاده‌ی خانه را دست‌کم نگیرید. بازگشت به خانه حامل وزن احساسـی زیادی برای بسیاری از خواننده‌هاسـت. از آنجا که این رمان در ژانر سفر زمان نوشته شده است و در عین‌حال مبدأ آن هم در زمان حال نیست، خطّ داسـتانی حاوی دو نقطه‌ی منقضی در زمان است. این جمله با ذکر تاریخ و مکان (اسـکاتلند سال ۱۷۴۳) قوت بیشتری دارد زیرا هر خواننده‌ای که درباره‌ی شاهزاده چارلی و شورش مغلوب هواداران جیمز فرانسیس ادوارد در سال ۱۷۴۵ اطلاعات داشته باشد، از این داستان خوش‌اش خواهد آمد.

✓ ***ستون‌های زمین*، نوشته‌ی کِـن فولِـت (مهیج تاریخی):** "سنگ‌تراشی در انگلستان قرن ۱۲ تقلا می‌کند که رؤیای زندگی‌اش، یعنی ساختن یک کلیسای جامع، را تحقق بخشد."

تقریباً همه موافق‌اند که این کتاب بهترین اثر فولِـت اسـت، اما خطّ داستانی همچنان بسـیار ساده است. در این داسـتان، ما سنگ‌تراش بیچاره‌ای داریم که می‌خواهد یک کلیسـای بزرگ بسازد. خطّ داسـتانی تنها به بارقه‌ای از جذابیت نیاز دارد. یا برای خواننده مهم است که سنگ‌تراش فقیر بتواند بنا را بسازد، یا او به این موضوع اهمیت نمی‌دهد. خطّ داسـتانی باید افرادی را که به این موضوع اهمیت می‌دهند جذب کند و گروه دیگر را بر حذر دارد.

✓ **غرور و تعصب، نوشته‌ی جِـین آستن (عاشقانه):** "یک زن جوان انگلیسی، از یک خانواده‌ی خاص، مورد توجه مرد جوان ثروتمند و متکبری قرار می‌گیرد."

این خطّ داستانی نقطه‌ضعف‌های زن جوان ("عضویت در یک خانواده‌ی خاص") و نیز خواسـتگار او را ("متکبر") عنوان می‌کند و در پایان این سؤال پیش می‌آید که آیا مرد جوان موفق می‌شود و آیا خواننده خواهان موفقیت اوست یا خیر.

✓ ***خدای رودخانه*، نوشته‌ی ویلبر اسمیت (تاریخی-ماجراجویانه):** "خواجه‌ای در مصر باستان سده‌ی ۱۸ پیش از میلاد، باید از دسیسه‌های بانوی قصر و پدر شرورش جان به در برد."

در این مثال ما سه شخصیت را به شما نشان داده‌ایم: برده، بانوی مالکش و پدر بانو. کشمکش این داستان، دو شخصیت را در برابر یک نفر قرار می‌دهد و بدیهی است که این نبردی ناعادلانه است. برده و بانو هیچ‌کدام دارای نفوذ و قدرت یک مرد نجیب‌زاده نیستند. در ضمن ما دو ویژگی بسیار جالب را در یک شخصیت واحد گنجانده‌ایم: برده هم نابغه است و هم خواجه. هر دوی این ویژگی‌ها او را به شخصیتی غیرعادی تبدیل می‌کند.

✓ ***سرعت تاریکی*، نوشته‌ی الیزابت مون (ادبی):** "دانشمندی که به درخودماندگی مبتلاست، باید درباره‌ی تن دادن به درمان جدیدی که از او فردی عادی می‌سازد و هویتش را برای همیشه تغییر می‌دهد، تصمیم بگیرد."

در این خطّ داستانی تنها به یک شخصیت اشاره می‌شود که در ذات خویش جالب است: یک "دانشمند درخودمانده". در اینجا دوباره از محرکی بهره گرفته‌ایم که برای طیف وسیعی از مخاطبان جذابیت دارد: "تغییر هویت برای همیشه". اکثر آدم‌ها در برابر کوچک‌ترین تلاش برای تغییر هویت‌شان مقاومت شدیدی نشان می‌دهند. می‌پرسید چرا از عبارت برای همیشه استفاده کرده‌ایم؟ فکر می‌کنید همیشگی بودن این اتفاق بدیهی است؟ شاید این‌طور باشد، اما این عبارت وزن عاطفی بیشتری به جمله می‌افزاید و این وجود یک عبارت اضافه را توجیه می‌کند.

✓ ***جاسوسی که از سردسیر آمد*، نوشته‌ی جان لو کاره (مهیج جاسوسی):** "جاسوسی بریتانیایی برای سرپوش گذاشتن بر نقشه‌ای پیچیده جهت به دام انداختن رییس یک تشکیلات ضدجاسوسی در برلین شرقی، "با سرافکندگی" بازنشسته می‌شود."

این خطّ داستانی انگیزه‌ی یکی از بهترین رمان‌های جاسوسی‌ای را که تا به امروز نوشته شده، توصیف می‌کند. همه عاشق عملیات ضربتی، خصوصاً در رمان‌های جاسوسی، هستند. بیایید محرک‌های هیجانی را بشمریم: "جاسوس بریتانیایی"، "سرافکندگی"، به دام انداختن"، "ضدجاسوسی" و "برلین شرقی". خواندن این رمان برای هر کسی‌که بخواهد رمان مهیج بنویسد ضرورت دارد.

✓ ***همسر مسافر زمان*، نوشته‌ی آدری نیفنگر (ادبی):** "زن جوانی در کنار مردی عجیب، که در زمان سفر می‌کند و گاه و بیگاه ناپدید می‌شود و دوباره سر و کله‌اش پیدا می‌شود، زندگی می‌کند."

ما در اینجا با استفاده از دو واژه‌ی عجیب و گاه و بیگاه کوشیده‌ایم بر هرج و مرج حاکم بر رابطه‌ای که در داستان جنبه‌ی محوری دارد، تأکید کنیم.

ساختار سه‌پرده‌ای: ترتیب دادن سه فاجعه

یک رمان باید به‌قدری ساده باشد که بشود آن را در یک جمله توضیح داد. اما در عین‌حال، رمان باید به‌قدری پیچیده باشد که نوشتن آن صدها صفحه را پر و خواننده را برای ساعت‌ها با خود همراه کند. اکنون می‌خواهیم به بررسی لایه‌ی بعدی پیچیدگی رمان – که بعد از خطّ داستانی قرار دارد – بپردازیم: *ساختار سه‌پرده‌ای* که در تحلیل داستان‌ها بسیار پرکاربرد است. این ساختار کارهای زیر را انجام می‌دهد:

- ✓ به شما اجازه می‌دهد اصلی‌ترین نکات داستان‌تان را در قالب یک جریان معنی‌دار در ذهن خود حفظ کنید.
- ✓ کمک‌تان می‌کند این نکات اصلی را با متولیان حرفه‌ای امر نشر به‌شکلی در میان بگذارید که آن‌ها انتظار دارند (در این باره در قسمت "خلاصه کردن ساختار سه‌پرده‌ای برای علاقه‌مندان" توضیح بیشتری خواهیم داد).

در این قسمت چند نکته درباره‌ی زمان‌بندی آموزش می‌دهیم و نیز نشان‌تان می‌دهیم که چرا ساختار سه‌پرده‌ای مهم است، چطور می‌توانید پرده‌های داستان را تجزیه کنید و اینکه چطور باید هیجان داستان را به اوج برسانید.



ممکن است از خودتان بپرسید که آیا استفاده از سه پرده در رمان هم لازم است یا خیر. نخیر، البته که لازم نیست. در داستان‌نویسی هیچ قانون ثابتی وجود ندارد؛ شما می‌توانید برای رمان خود از هر ساختاری که از آن جواب می‌گیرید استفاده کنید. اما ما پیشنهاد می‌کنیم که در به‌کار بردن ساختار سه‌پرده‌ای مهارت پیدا کنید زیرا این ساختار بر بدنه‌ی بسیاری از رمان‌ها منطبق می‌شود. همه‌ی افرادی که در صنعت نشر دست دارند، این ساختار را می‌فهمند و این راه را برای شما باز می‌کند تا داستان خود را به‌راحتی برای دیگران تشریح کنید. اگر هم به‌نظرتان ساختار سه‌پرده‌ای برای رمان شما مناسب نیست، فکر کردن به اینکه چرا این ساختار به درد رمان‌تان نخورده است، فعالیتی ارزشمند خواهد بود. این کار به بینش شما درباره‌ی داستان‌تان ژرفا می‌بخشد.

نگاهی به ارزش ساختار سه‌پرده‌ای

وقتی نماینده‌ای به داستان شما علاقه نشان می‌دهد، در مرحله‌ی بعدی شما باید استخوان‌بندی داستان خود را به او نشان دهید: مقدمه‌چینی، سلسله‌ای از فجایع مهم (یکی بدتر از دیگری) و سپس پایان داستان. به این می‌گویند ساختار سه‌پرده‌ای.

سناریویی را که پیش‌تر خواندید مجسم کنید؛ طی همایش ادبی و در آسانسور هتل با یک نماینده‌ی ادبی آشنا شدید و خطّ داستانی‌تان را برای او تعریف کردید و او علاقه‌مند

شد با شما جلسه‌ای داشته باشد (این سناریو در قسمت "درک ارزش خطّ داستانی" ارائه شـــد). حالا می‌خواهیم این ســـناریو را کمی بیشـــتر ادامه دهیم تا دلیل اهمیت ساختار سه‌پرده‌ای را توضیح دهیم. فرض کنید با نماینده‌ی ادبی نشستی دارید تا در آن راجع‌به رمان‌تان گفت‌وگو کنید. تنها چیزی که او تا این لحظه می‌داند این است که داستان شما درباره‌ی راننده‌ی اتوبوسی است که خواب می‌بیند به شهربازی دیزنی‌لند حمله می‌شود، همان‌طوری که در سال ۲۰۰۱ خواب حملات تروریستی به برج‌های دوقلو را دیده بود:

> طبیعتاً در آغاز جلســـه شما کمی اضطراب دارید. شما تا به حال در یک جلسه‌ی ۱۵ دقیقه‌ای شـــرکت نکرده‌اید، اما بدیهی است که نماینده‌ای که پیشِ رویتان نشســـته این تجربه را دارد. او می‌گوید: "واقعاً از خطّ داستانی‌ات خوشم آمد." و بعد ادامه می‌دهد: " بیشتر درباره‌ی داستانت برایم حرف بزن."
>
> شما دست‌هایتان را بین پاهایتان مهار می‌کنید تا مانع لرزیدن‌شان شوید. سپس می‌گویید: "خب، راننده اتوبوسه به حراست شهربازی تلفن می‌زنه، آن‌ها حرفش را باور می‌کنند و با کمک هم جلوی حمله‌ی تروریستی را می‌گیرند."
>
> دهان نماینده باز می‌ماند، برای چند ثانیه به شـــما خیره می‌شـــود، بعد می‌گوید: "اینکه رمان نیست، یک گزارش مطبوعاتی است. همه‌ی داستانت همین بود؟"
>
> قطره‌های درشت عرق بر پهلوهایتان می‌لغزند: "این چیزیه که تا این لحظه آماده شده، اما یه شروعه، این‌طور نیست؟"

نخیر، این یک شـــروع نیست. این پایان یک مصاحبه اســـت زیرا شما حقیقتاً داستانی ندارید. داســـتان به عناصری مثل کشـــمکش، مانع و فاجعه نیاز دارد. می‌پرســـید چه جور فاجعـــه‌ای؟ فاجعه‌هایی که اوج بگیرند. بگذارید کمی فیلـــم را به عقب برگردانیم تا نشـــان‌تان دهیم که اگر یک ساختار ســـه‌پرده‌ای با تعدادی فاجعه‌ی افتضاح و رو به وخامت داشته باشید اوضاع چطور پیش خواهد رفت. با پاسخ شما به درخواست نماینده برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی رمان‌تان شروع می‌کنیم:

> شما دست‌هایتان را بین پاهایتان مهار می‌کنید تا مانع لرزیدن‌شان شوید. سپس می‌گویید: "خب، اون به مدت یک هفته، هر روز به حراســـت شـــهربازی تلفن می‌زنه و در نهایت برای ۷۲ ساعت به یک مرکز بیماری‌های روانی می‌فرستنش تا تحت نظر قرار بگیره."
>
> نماینده روی صندلی‌اش به جلو خم می‌شود و می‌پرسد: "چه جالب، این افتضاح خیلی خوبیه. خب بعدش چکار می‌کنه؟"
>
> شما نفس عمیقی می‌کشید و احساس می‌کنید تپش قلب‌تان کمی آهسته‌تر شده

اســـت، ســـپس ادامه می‌دهید: "بعد از دو روز او با تلفن همراهش به دختری که می‌شناسه زنگ می‌زنه و اون دختر کمکش می‌کنه از کلینیک فرار کنه، اما حالا پلیس‌ها دنبالشن."

نماینده سرش را به نشانه‌ی تأیید تکان می‌دهد: "خوبه، خوبه، بعدش چی می‌شه؟"

لبخند محوی گوشـــه‌ی لب شما پدیدار می‌شود. جواب می‌دهید: "در یک رؤیای جدید، اون متوجه زمان‌بندی حملات آتی می‌شه. اما در جریان تیراندازی مأموران پلیس، دختر زخمی و دستگیر می‌شه."

نماینده به شما لبخند می‌زند و می‌پرسد: "بعدش چی؟"

حالا دیگر خیلی آرام‌تر شده‌اید. ادامه می‌دهید: "اون به بیمارستانی می‌ره که دختر در اونجا تحت مراقبت شدید نگهبان‌ها بستریه. پلیس‌ها را سرتاسر لس‌آنجلس درگیر یک تعقیب و گریز می‌کنه و اون‌ها رو به انبار مهمات تروریست‌ها هدایت می‌کنه."

نماینده به پشتی صندلی تکیه می‌دهد و برای چند ثانیه بادقت نگاهتان می‌کند و سپس می‌پرسد: "یک نسخه‌ی نمونه از فصل اول کارتان دارید که من بخونم؟"

اگر نماینده تقاضای نمونه کند، همه چیز به توانایی نویســـندگی شـــما بستگی خواهد داشـــت. شـــاید بتوانید خوب بنویسید، شـــاید هم نتوانید. اما به هر حال، ارائه‌ی ساختار سه‌پرده‌ای اثرتان فرصت خوانده شدن را برای آن فراهم می‌کند.

زمان‌بندی فاجعه‌ها و پرده‌های داستان

ارسطو زمانی گفت که هر داستان اول، وسط و آخری دارد. سه بخش ساختار سه‌پرده‌ای هم کاملاً این گفته‌ی ارســـطو را تأیید می‌کنند. پرده‌ی ۱ اول داســـتان است، پرده‌ی ۲ وسط و پرده‌ی ۳ آخر.



ما معتقدیم که یک تکنیک خوب برای زمان‌بندی ســـاختار ســـه‌پرده‌ای چیزی به نام *ساختار سه‌فاجعه‌ای* است. ساختار سه‌فاجعه‌ای در واقع بخشی از ساختار سه‌پرده‌ای است اما اهمیت زیادی دارد. پرده‌ها تکه‌های بزرگی از داســـتان هستند؛ فاجعه‌ها نقطه‌هایی هســـتند که این تکه‌ها را به هم وصل می‌کنند. ما دوســـت داریم زمان‌بندی ســـاختار سه‌پرده‌ای را مانند زمان‌بندی یک بازی راگبی تنظیم کنیم؛ ببینید:

۱. پـــرده‌ی ۱ تقریباً رُبع اول را به خود اختصـــاص می‌دهد و به یک فاجعه‌ی اساسی ختم می‌شود.

فاجعه‌ی اول در پایان پرده‌ی ۱ رخ می‌دهد و آن را به پرده‌ی ۲ وصل می‌کند.

۲. پرده‌ی ۲ رُبع دوم و سوم را به خود اختصاص می‌دهد و هر یک از این دو رُبع به فاجعه‌ی بدتری ختم می‌شود.

فاجعه‌ی دوم در میانه‌ی پرده‌ی ۲ (پایان رُبع دوم) رخ می‌دهد و در حقیقت پادزهری است برای حالت رکود وسطهای داستان که بعضی‌ها به آن *میانه‌ی آویزان* می‌گویند. فاجعه‌ی سوم در پایان پرده‌ی ۲ رخ می‌دهد (پایان رُبع سوم) و آن را به پرده‌ی ۳ وصل می‌کند.

۳. پرده‌ی ۳ رُبع آخر را به خود اختصاص می‌دهد و شامل یک نقطه‌ی اوج است (به آن *راه‌حل* هم می‌گویند)، که به سؤال داستانی (سؤالی درباره‌ی موفقیت یا شکست شخصیت اصلی داستان) پاسخ می‌دهد.

نقطه‌ی اوج معمولاً در اواخر رُبع چهارم رخ می‌دهد و هر چیزی که بعد از آن روی دهد در راستای کاهش تب و تاب ماجرای داستان است.

به‌طور خلاصه می‌شود گفت که ساختار سه‌پرده‌ای به این صورت است: در پرده‌ی ۱ تنش افزایش می‌یابد که این، به فاجعه‌ای ختم می‌شود که شخصیت اصلی را به‌طور کامل درگیر داستان می‌کند. تنش تا میانه‌ی پرده‌ی ۲ همچنان افزایش می‌یابد و در اینجا فاجعه‌ی دوم رخ می‌نماید؛ این فاجعه از آنچه در پرده‌ی اول روی داد بدتر است. بعد از اندکی بهبود، تنش با شدتی مضاعف از سر گرفته می‌شود و تا پایان پرده‌ی ۲ وضع به همین منوال است، تا اینکه فاجعه‌ی سوم – که بدترین فاجعه نیز هست – اتفاق می‌افتد. این سبب می‌شود که شخصیت اصلی، زمانی در پرده‌ی ۳، راهی برای حل مشکلات پیدا کند.

یک شروع فوق‌العاده

آغاز داستان شما (پرده‌ی ۱) خواننده را به دنیای داستانی می‌برد و او را با شخصیت‌های اصلی آشنا می‌کند. در این بخش ممکن است شخصیت‌ها هنوز اهداف داستانی خاصی نداشته باشند و در حال گذراندن یک زندگی عادی باشند. حتی ممکن است شخصیت‌ها در تکاپوی رسیدن به اهداف پیش پا افتاده و کسل‌کننده‌ای باشند. این احتمال هم وجود دارد که آن‌ها از همان بند اول داستان بدانند که هدف داستانی مهم‌شان چیست.

مثلاً آغاز یک فیلم کلاسیک، جنگ *ستارگان*، قسمت ۴: *امید تازه* را در نظر بگیرید. این اولین فیلم جنگ *ستارگان* بود که پس از اینکه در سال ۱۹۷۷ روی پرده رفت طرفداران بسیاری به‌دست آورد. (توجه: این داستان ابتدا در قالب یک رمان منتشر شد – جنگ

ستارگان: از سری *ماجراهای لوک اسکای‌واکر* به قلم جرج لوکاس، که چند ماه قبل از روی پرده رفتن فیلم منتشر شد.)

در آغاز داستان، لوک اسکای‌واکر جوان صاحب دو آدم ماشینی می‌شود که پیغام مرموزی را از جانب شهبانویی زیبا حمل می‌کنند. شهبانو عاجزانه تقاضای کمک دارد. لوک دلش می‌خواست به او کمک کند اما نمی‌دانست که شهبانو کیست، چه چیزی احتیاج دارد و چه کاری از دست لوک برایش ساخته است.

آدم ماشینی آر۲-دی۲ فرار می‌کند و لوک او را تعقیب می‌کند. پس از هجوم تعداد زیادی از مردمان شنی به لوک، او با "اوبی‌وان کنوبی" آشنا می‌شود که در اصل مخاطب پیغام شهبانو بوده است. کنوبی به لوک توضیح می‌دهد که آدم ماشینی‌ها نقشه‌ی ستاره‌ی مرگ را دارند و باید آن را به سیاره‌ی آلدران ببرند تا به شورشیان هم‌پیمان در شکست دادن امپراتور یاری رسانند. او از لوک می‌خواهد که به آن‌ها بپیوندد. لوک با بی‌میلی تقاضای او را رد می‌کند زیرا قبلاً به عمو اوئِن و زن‌عمو بِرو قول داده که تمام فصل در مزرعه‌ی ملال‌آور آن‌ها کار کند. او که نمی‌تواند همین طور بی‌خبر بلند شود و سیاره را ترک کند، می‌تواند؟

لوک دلش می‌خواهد در این ماجرا شرکت کند اما نمی‌تواند تن به چنین کاری دهد. او به چیزی احتیاج دارد تا وادارش کند از گذشته و وقایع آن دل بکند. چه چیزی ممکن است سبب شود او خودش را درگیر این ماجرا کند؟ چه چیزی باعث می‌شود شخصیت‌های اصلی اکثر رمان‌ها به‌طرز برگشت‌ناپذیری به ماجراجویی تن دهند؟ یک فاجعه: چیزی که اولویت‌بندی شخصیت را دگرگون می‌کند.

پایان آغاز: درگیر شدن در اثرِ وقوع اولین فاجعه

در پایان پرده‌ی ۱ ، شخصیت باید هدف داستانی‌اش را یافته و کاملاً به آن متعهد باشد. چرا متعهد؟ چون اگر شخصیت متعهد نباشد، آنگاه خواننده هم تعهدی نخواهد داشت.



هدف از قسمت آغازین رمان این است که شخصیت به ورطه‌ی بی‌بازگشتی گرفتار شود. پیش از این اتفاق، او به‌سادگی می‌تواند از مسئولیت شخصیت اصلی بودن شانه خالی کند. اما بعد از گرفتار شدن، او کاملاً در اختیار داستان است و راه بازگشتی هم ندارد. شخصیت اصلی (و خواننده‌ی داستان شما) زمانی به داستان متعهد می‌شود که فاجعه‌ای نقش او را به‌شدت برجسته کند. معمولاً فجایع کوچک برای این کار جواب نمی‌دهند؛ فاجعه باید ابعاد بزرگی داشته باشد و بتواند زندگی را زیر و رو کند. در چنین حالتی است که خواننده از نظر عاطفی به داستان متعهد می‌شود و در طول کشمکش‌ها با آن همراه خواهد بود؛ او می‌خواهد پاسخ سؤال داستانی را بداند: آیا شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش می‌رسد، یا خیر؟

در جنگ *ستارگان*، لوک و ژنرال کنوبی یک سفینه‌ی باری ویران شده را کشف می‌کنند (همانی که جاواها، که عموی لوک آدم ماشینی‌ها را از آنان خرید، صاحب‌اش بودند). لوک خیلی زود می‌فهمد که عمو و زن‌عمویش در خطر وحشتناکی هستند. او به‌سرعت سوار سفینه‌اش می‌شود و به خانه بازمی‌گردد. وقتی لوک به مزرعه می‌رسد می‌بیند که عمو و زن‌عمویش – توسط سربازان امپراتوری – به قتل رسیده‌اند.

این اولین فاجعه‌ی مهم است. لوک در لحظه تصمیم خود را می‌گیرد. او دیگر مجبور نیست برای عمو و زن‌عمویش کار کند. اما به آن‌ها یک دِین دیگر دارد که آن انتقام است. او تصمیم می‌گیرد سیاره را ترک کند و به شورشیان بپیوندد. لوک همراه کنوبی به آلدران خواهد رفت تا به نابودی ستاره‌ی مرگ کمک کند.

تا به اینجا لوک اهداف کوچک و پیش پا افتاده‌ای داشت. اما حالا هدف او بزرگ‌تر است. لوک اکنون یک هدف داستانی دارد و این هدف بقیه‌ی داستان را به پیش می‌راند: پیوستن به شورشیان و نابودی ستاره‌ی مرگ. این فاجعه لوک را از یک بچه‌دهاتی ترسو به مردی تبدیل کرده که مأموریت مهمی دارد. هدف از وقوع اولین فاجعه همین است. آغاز داستان تمام شده و میانه‌ی طولانی آن شروع شده است.

تقویت میانه‌ی داستان به‌وسیله‌ی دومین فاجعه‌ی بزرگ

میانه‌ی رمان شما (پرده‌ی ۲) حداقل نیمی از داستان را به خود اختصاص می‌دهد (درست مثل رُبع دوم و سوم بازی راگبی که نیمی از کل بازی را تشکیل می‌دهند). در پرده‌ی میانی اتفاقات زیادی می‌افتد. مشکل این است که این اتفاقات هرچقدر هم که جالب باشند، بعد از مدتی یکنواخت می‌شوند.

راه‌حل چیست؟ وقوع فاجعه‌ای دیگر. فاجعه‌ای بزرگ‌تر از فاجعه‌ی قبلی. اتفاقی که طوری به شخصیت اصلی داستان ضربه بزند که مغز او تکان بخورد. این فاجعه باید تقریباً در میانه‌ی داستان رخ دهد.



در طول پرده‌ی دوم شخصیت اصلی داستان چندین بار پس‌رفت خواهد کرد. اما فاجعه‌ی دوم بسیار عظیم است؛ این فاجعه بدترین اتفاقی است که تا به این لحظه در داستان افتاده.

در جنگ *ستارگان*، لوک بی‌باک و ژنرال کنوبی با هَن سولو و چوباکا متحد می‌شوند. این چهار نفر بعد از ماجراهایی که درگیرشان می‌شوند، در سفینه‌ای به نام *شاهین هزاره* از سیاره‌ی محل زندگی لوک می‌گریزند و وارد فضای ماورا می‌شوند تا به آلدران سفر کنند. وقتی به آلدران می‌رسند متوجه می‌شوند که سیاره از بین رفته و این اصلاً چیز خوبی نیست، اما برای لوک شوک عاطفی خاصی به همراه ندارد. لوک شخصاً هیچ‌یک از میلیاردها ساکنین این سیاره را نمی‌شناخت. پس فاجعه‌ای که دنبالش می‌گردید، این نیست.

ستاره‌ی مرگ، سفینه‌ی لوک را به‌وسیله‌ی اشعه‌ی جاذب به درون خود می‌کِشد. لوک به همراه دیگران خود را پنهان می‌کند، یواشکی وارد ستاره‌ی مرگ می‌شود و در آنجا شهبانو لیا را پیدا می‌کند و نجات می‌دهد. اوبی‌وان کنوبی اشعه‌ی جاذب را از کار می‌اندازد. هنگامی‌که همه به‌سمت سفینه می‌روند تا فرار کنند، دارت ویِدِر جلوی کنوبی سبز می‌شود و این دو جنگجو با شمشیرهای نوری با هم مبارزه می‌کنند. بیننده در انتظار یک نبرد هیجان‌انگیز و فراری هیجان‌انگیزتر است. اما ویدر کنوبی را می‌کُشد.

این همان فاجعه‌ی دومی است که عظمت زیادی دارد. کنوبی مرشد و مربی لوک و رهبر شایسته‌ی گروه بود. شخصیت‌ها از نظر روانی له شده‌اند. آن‌ها از ستاره‌ی مرگ فرار می‌کنند، با تعقیب‌کنندگان می‌جنگند و به سوی سیاره‌ی شورشیان می‌روند. لوک در کنار نیروهای مبارز تعلیم می‌بینند. لوک و لیا هر دو می‌خواهند برای شورشیان بجنگند. هَن سولو می‌خواهد جایزه‌اش را بگیرد و قرض خود را به جابای هات بپردازد. مشکل این است که این داستان یا باید تا ابد ادامه پیدا کند یا گروه قهرمانان باید از هم بپاشند. چه چیزی به این داستان پایان می‌بخشد؟ آن هم یک پایان خوب!

رسیدن به پایان: گذر از فاجعه‌ی سوم

داستان شما به دلیلی نیاز دارد که به خاطر آن به سوی پایان پیش برود. این دلیل معمولاً توسط یک فاجعه‌ی مهم تازه فراهم می‌شود؛ سومین و بدترین فاجعه. این فاجعه هم مانند اولین فاجعه به یک تصمیم‌گیری منجر می‌شود. اما این بار تصمیم‌گیری به‌طور مشترک توسط قهرمان و تبهکار انجام می‌گیرد. این تصمیم هر دو طرف است که برای بار آخر با هم روبه‌رو شوند و این رویارویی در پایان پرده‌ی دوم اتفاق می‌افتد.



لطفاً توجه کنید که فاجعه/تصمیم سوم، خود نمی‌تواند رویارویی نهایی باشد. تصمیم به رویارویی نهایی منجر می‌شود و در پرده‌ی سوم به نمایش درمی‌آید. همه‌ی اتفاقاتِ بعد از فاجعه/تصمیم سوم هم بخشی از پایان داستان هستند.

در *جنگ ستارگان*، فاجعه‌ی سوم زمانی رخ می‌دهد که شورشیان می‌فهمند که مختصات‌شان توسط ستاره‌ی مرگ کشف شده است و او به‌سرعت به پایگاه آن‌ها نزدیک می‌شود. اگر ستاره‌ی مرگ به پایگاه شورشیان برسد، سیاره‌ی آن‌ها را – که تا کنون پایگاه مخفی عملیات شورشی بوده است – منهدم خواهد کرد. هم‌پیمانان شورشی اکنون باید تصمیم مهمی بگیرند. آیا آن‌ها باید جان خود را بردارند و فرار کنند و در هزاران مسیر متفرق شوند؟ یا اینکه بمانند و با استفاده از داده‌های حافظه‌ی آر۲-دی۲ به نبرد با ستاره‌ی مرگ بپردازند؟

آن‌هـــا تصمیم می‌گیرند بمانند و بجنگند. این همان تصمیمی اســـت که جرقه‌ی پایان داســـتان را می‌زند. دقت داشته باشید که این تصمیم بازگشت‌ناپذیر است. اگر شورشیان موفق شوند، دیگر هرگز مجبور نخواهند شد بار دیگر با ستاره‌ی مرگ روبه‌رو شوند. اگر شکســـت بخورند، تعداد بازمانده‌هایشان برای شکست دادن امپراتور کافی نخواهد بود. بنابراین آن‌ها باید پیروز شوند؛ اما ستاره‌ی مرگ هم باید پیروز شود.



لازم نیست فاجعه‌ی سوم شما حتماً وقوع یک مصیبت باشد. این فاجعه می‌تواند تهدید یا احتمال وقوع مصیبت باشـــد. موضوع مهم در اینجا آغاز نمایش پایانی است. ساختار داســـتانی چنین هدفی را برای فاجعه‌ی سوم تعریف کرده است. ممکن است بگویید که نزدیک شدن ستاره‌ی مرگ خیلی هم فاجعه‌بار به‌نظر نمی‌رسد، چون هنوز اتفاق خاصی نیفتاده است. اما قطعاً احساس متفاوتی داشتید اگر روی سیاره‌ی شورشیان ایستاده بودید و به چشم می‌دیدید که ستاره‌ی مرگ هر لحظه نزدیک‌تر می‌شود و ظرف چند ساعت همه‌ی شـــما را می‌کشد، نهضت را از هم می‌پاشـــانَد و کهکشان را در دستان امپراتور شرور به حال زار خود رها می‌کند.

جمع‌بندی: چرا یک پایان خوب است و دیگری بد؟

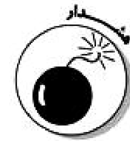
پایان داســـتان (پرده‌ی ۳) حالا از تصمیمی مبنی بر رویارویی نهایی حاصل می‌شـــود (قســـمت قبل را ببینید). البته این کار به مقدمه‌چینی احتیـــاج دارد و هر دو جبهه باید خود را برای رویارویی پایانی آماده کنند. هر دو طرف می‌دانند که مرز بین شکســـت و پیروزی از مو هم باریک‌تر است. نبرد ممکن است به نفع هر کدام از طرفین تمام شود، اما هیچ‌یک از آن‌ها عقب نخواهد نشست.



پایان باید پاســـخگوی سؤال داستانی مبنی بر موفقیت یا عدم موفقیت شخصیت اصلی در نیل به هدف‌اش باشد. (در فصل‌های ۶ و ۷ درباره‌ی سؤالات داستانی بیشتر توضیح داده‌ایم.) ســـؤال داستانی باید بی‌طرف، ســـاده، مهم، قابل دسترسی و دشوار باشد. شما به‌عنوان گوینده‌ی داستان از سه گزینه برخوردارید:

- ✓ **پایان خوش:** جواب سؤال داستانی از این قرار است: "بله، هـــــورا!"
- ✓ **پایان غمگین:** جواب سؤال داستانی از این قرار است: "نــه، آخ‌آخ..."
- ✓ **پایان تلخ و شیرین:** جواب سؤال داستانی چنین است: "بله، اما..." یا "نــه، ولی..."

مادامی‌که پاســـخ سؤال داستانی در راستای ارزش‌های شخصیت اصلی باشد و در طول داســـتانی که تعریف کردید امکان وقوع داشته باشد، هر کدام از جواب‌های بالا می‌تواند مناسب باشد.



اگر یکی از کارهای زیر را انجام دهید، پایان داستان‌تان صحیح نخواهد بود:

- ✓ نتوانید به هیچ نحوی به سؤال داستانی پاسخ دهید.
- ✓ سؤال داستانی را به‌شکلی جواب دهید که با ارزش‌های شخصیت جور در نیاید.
- ✓ سؤال داستانی را طوری جواب دهید که قوانین دنیای داستانی‌تان زیر پا گذاشته شود. به این حالت می‌گویند *امداد غیبی* که اشاره به یکی از رسوم اعصاب خردکن یونانی‌ها دارد. در گذشته، یونانی‌ها در پایان بعضی از تئاترها، برای حل پیچیدگی‌های داستان، به‌وسیله‌ی ساز و کاری مکانیکی، خدا یا الهه‌ای را از بالای صحنه آویزان می‌کردند و پایین می‌فرستادند تا پایان داستان را رقم بزنند. ارسطو از اوریپید، به خاطر نجات دادن مدعاً به همین روش، انتقاد کرد.

در جنگ ستارگان سؤال داستانی این است: "آیا لوک و دوستانش موفق می‌شوند با نابود کردن ستاره‌ی مرگ، امپراتوری را سرنگون سازند؟" و این سؤال از اواخر پرده‌ی ۱ آشکار شده بود.

شورشیان کورسوی امیدی به پیروزی دارند. آن‌ها باید یک اژدر اتمی را بادقت زیاد به سوی دریچه‌ی کوچکی که در قسمت بیرونی ستاره‌ی مرگ قرار دارد شلیک کنند. اما برای رسیدن به آن دریچه باید از مسیری عبور کنند که در آن خندق به‌شدت مسلحی وجود دارد. پیش از رسیدن به خندق هم، شورشیان باید با گَله‌ای از جنگنده‌های دو موتوره مبارزه کنند. مهارت‌های خلبانی هَن سولو او را به فردی ایده‌آل برای این مأموریت تبدیل می‌کند اما او برای پرداخت دین‌اش به جابای هات محل را ترک کرده است. سفینه‌ی دشمن با تمام قوا در برابر شورشیان قد برافراشته، اما آن‌ها لوک را دارند و لوک هم نیروهای مبارز را.

پیکار آغاز می‌شود و بسیاری از شورشیان جان می‌دهند. بالاخره لوک با آخرین اژدر اتمی باقی‌مانده در خندق تنها می‌شود. اگر او بتواند اژدر را شلیک کند، ممکن است موفق شود ستاره‌ی مرگ را از بین ببرد. اما دارت ویدِر، سوار بر یکی از جنگنده‌های دو موتوره در تعقیب اوست و دارد به او نزدیک می‌شود. بدیهی است که اول ویدر شلیک خواهد کرد. تعقیب و گریز دارت ویدر و لوک همان رویارویی پایانی داستان است.

ناگهان انفجاری رخ می‌دهد. هَن سولو، که بالاخره خودش را به صحنه‌ی کارزار رسانده، بال جنگنده‌ی دارت ویدر را هدف قرار داده است. ویدر در هوا چرخ می‌خورد و از مسیر خارج می‌شود. لوک اژدر را شلیک می‌کند. اژدر به دریچه وارد می‌شود و به اعماق ستاره‌ی مرگ راه پیدا می‌کند. انفجار پرنوری تمام کهکشان را روشن می‌کند. این انفجار نقطه‌ی اوج داستان است.

اما هَن سولو چرا برگشت؟ آیا او همان *امداد* غیبی است؟ نخیر، به هیچ عنوان. هَن سولو در وهله‌ی اول محل را ترک کرد، زیرا این کار با توجه به ارزش‌هایش برای او منطقی بـــود. (در فصل ۷ درباره‌ی ارزش‌ها و اهمیت وجود تناقض بین ارزش‌های شـــخصیت اصلی توضیح داده شده است.)

هَن سولو در زندگی دو چیز را ارزش می‌داند: زندگی‌اش و آوازه‌اش. در طول فیلم بارها می‌بینیم که ســـولو کارهایی می‌کند تا خودش و دیگران را نجات دهد و به این ترتیب آشـــکارا نشـــان می‌دهد که می‌خواهد زنده بماند. اما در عین‌حال می‌بینیم که هر دفعه که لوک یا شـــهبانو لیا مسخره‌اش می‌کنند، او از کوره در می‌رود. هَن سولو خود را یک گاوچران دلیر و ماجراجو می‌داند که از هیچ چیز باکی ندارد و می‌تواند با خونســـردی و نیش باز، یک شکارچی جایزه‌بگیر را در کافه‌ای با تیر بزند.

هَن تصمیم می‌گیرد در نبرد نهایی شـــرکت نکند تا بتواند قرض خود را به جابای هات، که برای ســـر او جایزه تعیین کرده اســـت، پس بدهد. این منطقی اســـت، زیرا سولو به زندگـــی‌اش ارزش می‌دهد. اما پیش از اینکه ســـولو محل را ترک کند، لوک به او انگ بزدلـــی می‌زند. این حرف بیش از آنچه ســـولو در ظاهر نشـــان می‌دهـــد، او را ناراحت می‌کند. ســـولو سیاره را ترک می‌کند اما نمی‌تواند این افترا را از ذهنش پاک کند. آیا او بزدل اســـت؟ نه، او از هیچ چیز نمی‌هراسد. هَن در نهایت تصمیم می‌گیرد؛ حاضر است جانش را به خطر اندازد اما بزدل خوانده نشـــود. پس بازمی‌گردد، لوک را از چنگ ویدر نجات می‌دهد و شکست ســـتاره‌ی مرگ را ممکن می‌سازد. در نهایت پیروزی یکی از ارزش‌های هَن سولو بر دیگری است که پایان جنگ ستارگان را رقم می‌زند.

خلاصه کردن ساختار سه‌پرده‌ای برای علاقه‌مندان



وقتی داستان خود را به یک نماینده‌ی ادبی یا ویراستار می‌فروشید، توصیه می‌کنیم که ساختار سه‌پرده‌ای‌تان را در قالب یک پاراگراف پنج جمله‌ای و به شکل زیر عرضه کنید:

۱. جمله‌ی اول با معرفی شخصیت‌های اصلی و دنیای داستانی، مقدمات داستان شما را آماده می‌کند.

۲. جمله‌ی دوم ابتدای داســـتان را خلاصه و اولین فاجعه را ذکر می‌کند که وقوع آن به تصمیمی منجر شده است که سؤال داستانی را مطرح می‌کند.

۳. جمله‌ی ســـوم بخش اول میانه‌ی داستان را خلاصه می‌کند و به فاجعه‌ی دوم ختم می‌شود.

۴. جملـــه‌ی چهارم بخش دوم میانه‌ی داســـتان را خلاصه می‌کند و به فاجعه‌ی سومی ختم می‌شود که در پی آن تصمیمی مبنی بر رویارویی نهایی گرفته می‌شود.

۵. جمله‌ی پنجم پایان داســتان را (که شــامل رویارویی نهایی اســت) توضیح می‌دهد و هر نوع جمع‌بندی‌ای را نیز که از نظر شما لازم است، عنوان می‌کند.

در این قســمت چند بند را که در آن‌ها ساختار سه‌پرده‌ای خلاصه شده است، به‌عنوان نمونه ذکر می‌کنیم و به شما کمک می‌کنیم که خلاصه‌ی خودتان را هم بنویسید.

چند مثال: خلاصه کردن حلقه‌ی ماتاریس و غرور وتعصب

پیش از اینکه ســاختار سه‌پرده‌ای رمان خود را بنویســید، به چند نمونه توجه کنید. ما می‌توانیم ساختار سه‌پرده‌ای رمان کلاسیک جاسوسی *حلقه‌ی ماتاریس*، نوشته‌ی رابرت لـُدلـُم، را در یک بند خلاصه کنیم؛ سه فاجعه به‌صورت مورب نوشته شده‌اند:

برَندن اســکوفیلد یک مأمور مخفی آمریکایی مُسن است که به بهانه‌ای احمقانه و بدون هیچ توضیحی، از خدمت کنار گذاشته شده است. او پس از اینکه از یک ترور جان ســالم به در می‌برد، درمی‌یابد که *دولت کشــورش می‌خواهد او را به قتل برساند و تنها امید او دست‌به‌یکی کردن با واسیلی تالِــنیه‌کف*، یک *مأمور ســابق کا.گ.ب است که در گذشته همسر اسکوفیلد را به قتل رساند.* اسکوفیلد و تالنیه‌کف، که ارتباطشــان با هم خالی از درگیری هم نیست، از یک توطئه‌ی مخفیانه‌ی بین‌المللی پرده برمی‌دارند که توســط میلیاردرهای سرمایه‌دار رهبری می‌شود. اما اوضاع با *کشته شدن یکی از این میلیاردرها توسط* ممیزش وخیم می‌شود. اســکوفیلد، پس از پیگیری سرنخ‌ها در روســیه، آلمان و انگلستان، باید تصمیم دشــواری بگیرد، چرا که *نامزد او تونــی و همکارش تالنیه‌کف، توســط تبهکاران گروگان گرفته شده‌اند*، آن‌ها از اسکوفیلد می‌خواهند که در بوســتون خودش را تسلیم کند. اسکوفیلد به بوستون می‌رود، پرده از یک راز بزرگ دیگر برمی‌دارد و بعد بدون اســلحه وارد محدوده‌ی تبهکاران می‌شود تا خود را "تسلیم" کند.

به جرئت می‌توان گفت که *حلقه‌ی ماتاریس* بهترین کتاب تک‌جلدی رابرت لُدلُم است (همچنین لـُدلـُم یک مجموعه‌ی سه‌جلدی درباره‌ی شخصیتی به نام جیسن بورن تألیف کرده که اساساً به خاطر آن شناخته می‌شود). *حلقه‌ی ماتاریس* یک کتاب پی‌رنگ‌محور و پیچیده اســت و به همین دلیل، بندی که در آن ساختار سه‌پرده‌ای این رمان خلاصه شده نیز الزاماً پیچیده است. در پایان بند بالا هم بدون اینکه داستان را کاملاً لو بدهیم به پایان داستان اشاره کرده‌ایم. حالا سه فاجعه‌ی داستان را تحلیل می‌کنیم:

> ✓ **اســکوفیلد درمی‌یابد که دولت کشورش قصد جان او را کرده است و اینکه او باید با دشــمن بزرگش، تالنیه‌کف همدست شود تا نجات پیدا کند.** این فاجعه اسکوفیلد را وادار می‌کند تصمیم دردناکی مبنی بر همدست شدن با تالنیه‌کف بگیرد.

✓ **یکی از میلیاردرهای تبهکار توسط ممیزش کشته می‌شود.** این اتفاق سبب افزایش تنش‌ها می‌شود. وقتی درمی‌یابید که دشمن قَدَری که از او واهمه داشتید، در چنگال فرد قدرتمندتری، پشه‌ای بیش نیست، به عمق واقعی ماجرا پی می‌برید.

✓ **تونی، نامزد اسکوفیلد و همکارش تالنیه‌کف گروگان گرفته می‌شوند.** این فاجعه‌ی سوم، اسکوفیلد را ناگزیر از گرفتن تصمیمی وحشتناک می‌کند؛ او موافقت می‌کند که با حلقه‌ی مرموز توطئه‌چینان رویارویی نهایی داشته باشد.

حالا بیایید ساختار سه‌پرده‌ای یک رمان پیچیده‌ی شخصیت‌محور را در نظر بگیریم: *غرور و تعصب*، نوشته‌ی جین آستن، که شخصیت‌های متعدد و چندین جریان داستانی دارد. این خلاصه‌ی یک‌بندی ما از ساختار سه‌پرده‌ای این داستان است که اساساً بر جریان اصلی داستان – یعنی رابطه‌ی عاطفی لیزی بِنِت و آقای دارسی – تمرکز یافته است:

> وقتی لیزی بِنت و خواهرانش در یک جشن با آقایان متمول آشنا می‌شوند، لیزی از یکی از آن‌ها، یعنی آقای دارسی، خیلی بدش می‌آید. جِین، خواهر لیزی، عاشق دوست آقای دارسی، یعنی آقای بینگلی می‌شود و لیزی هم از آقای ویک‌هام خوش‌اش می‌آید (لیزی بعداً می‌فهمد که *ویک‌هام از نظر مالی توسط آقای دارسی نابود شده است*). چند ماه بعد وقتی لیزی در هانسفورد به ملاقات دوست متأهلش می‌رود، آقای دارسی دنبال او می‌رود و از او خواستگاری می‌کند اما *لیزی آب پاکی را روی دستان دارسی می‌ریزد*. لیزی خیلی زود می‌فهمد که آقای دارسی آن‌قدرها هم که او فکر می‌کرده آدم بدی نیست و کم‌کم از رد پیشنهاد ازدواج او پشیمان می‌شود. در این اثنا، *لیدیا فرار می‌کند تا زندگی نامشروعی را با آقای ویک‌هام آغاز کند*. وقتی لیزی می‌فهمد که آقای دارسی اجازه نداده آبروی خواهرش برود و وقتی می‌فهمد که دیگر از او نفرت ندارد، این دو متوجه می‌شوند که برای هم ساخته شده‌اند.

توجه کنید که این بررسی، لیزی را به‌عنوان شخصیت اصلی در نظر گرفته است، اما سه فاجعه از دریچه‌ی چشم آقای دارسی دیده شده‌اند. فاجعه‌ها از این قرارند:

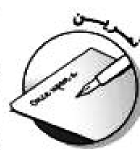
✓ **ویک‌هام به لیزی می‌گوید که دارسی او را، از نظر مالی، به خاک سیاه نشانده است.** این دروغ سبب می‌شود لیزی برخورد سردتری با دارسی داشته باشد. اما دارسی آدمی است که وقتی تصمیمی بگیرد، تا عملی شدن آن از پای نمی‌نشیند. او همچنان به دنبال لیزی است و برایش مهم نیست تلاش‌هایش چقدر مأیوس‌کننده‌اند.

✓ **دارسی خواستگاری از لیزی را خراب می‌کند و طوری به لیزی بی‌احترامی**

می‌کند که او با رد پیشـــنهاد ازدواج، تمام پل‌های پشت سرش را هم خراب می‌کند. حالا دارســـی می‌داند که دیگر هیچ شانسی ندارد، اما همچنان در کمال ناامیدی عاشق لیزی می‌ماند.

✓ **ویک‌هـــام با لیدیا، خواهر لیزی، فرار می‌کند و امیدهای ازدواج را برای هر پنج خواهر به باد می‌دهد.** این موضوع دارسی را عذاب می‌دهد، زیرا می‌داند که اگر او درباره‌ی شخصیت شیطانی ویک‌هام به دیگران هشدار داده بود، ویک‌هام موفق نمی‌شـــد لیدیا را اغوا کند. او تصمیم می‌گیـــرد لیدیا را نجات دهد و این تصمیم پایان خوشی را با لیزی برایش رقم می‌زند.

توصیف ساختار سه‌پرده‌ای شما



تکرار می‌کنیم که شـــما می‌توانید، با توجه به الگوی نوشـــتاری خلاق خود (در فصل ۴ به‌دقت درباره‌ی این شـــیوه‌ها توضیح داده شده است)، ساختار سه‌پرده‌ای داستان‌تان را در هر زمانی‌که برایتان مناســـب است بنویســـید. اگر اکنون زمان خوبی برای نوشتن ساختار سه‌پرده‌ای‌تان است، مراحل زیر بایستی بتوانند به شما در نوشتن خلاصه‌ای یک بندی کمک کنند که به‌وســـیله‌ی آن می‌توانید داستانی را که نوشته‌اید، برای نماینده یا ویراستار علاقه‌مند تشریح کنید:

۱. در اولین جمله‌ای که می‌نویســـید یک یا چند شخصیت را معرفی و مقدمه‌ی کشمکش را هم فراهم کنید.

شـــخصیت اصلی را نام ببریـــد. اطلاعات ضروری را هم ارائـــه کنید. می‌توانید جزئیات کلیدی پیشینه‌ی شخصیت را هم در اینجا عنوان کنید.

۲. سه جمله بنویسید که هر کدام فاجعه‌ی مهمی را در داستان‌تان توصیف می‌کنند.

ســـه فاجعه باید از دریچه‌ی نگاه یک شـــخصیت واحد باشـــند که معمولاً این شخصیت، همان شخصیت اصلی داستان است.

۳. جمله‌ی نهایی را طوری بنویســـید که در آن نشان دهید قضایا چطور حل و فصل می‌شوند.

اگـــر جزئیات راه‌حل را فاش نمی‌کنید، باید حداقل اشـــارات واضحی به نحوه‌ی پاسخ‌گویی به سؤال داستانی داشته باشید.

۴. جمله‌ای که در آن فاجعه‌ی اول را نوشـــته بودید، بازنویسی کنید و تصمیمی که هدف داستانی را مشخص می‌کند به آن بیفزایید.

۵. جمله‌ای که در آن فاجعه‌ی ســـوم را نوشته بودید، بازنویسی کنید و توضیح دهید که چرا این فاجعه به رویارویی نهایی منجر می‌شود.

۶.بند را به‌طور کامل تصحیح کنید تا جملات آن جریان روانی داشته باشند.

۷.این خلاصه‌ی تک‌بندی را در جای امنی بایگانی کنید و گهگاه به سراغش بروید تا اطمینان حاصل کنید نوشتار آن، همچنان داستانی را که در حال نوشتن آن هستید، توصیف می‌کند.

شما می‌توانید در صورت نیاز این بند را تغییر دهید. ایرادی ندارد اگر در حینی که می‌نویسید و شخصیت‌ها را بهتر درک می‌کنید و متوجه عامل اصلی‌ای که داستان را به پیش می‌برد می‌شوید، داستان را تغییر دهید و به آن تکامل ببخشید.

دانستنی‌های بیشتر برای ساختار داستانی پیشرفته‌تر

در ادامه به چند کتاب محبوب‌مان در زمینه‌ی نحوه‌ی سر و کله زدن با ساختارهای داستانی اشاره می‌کنیم:

✓ *Plot and Structure* نوشته‌ی James Scott Bell (انتشارات Writer's Digest): این کتاب برای نویسنده‌های تازه‌کار مناسب است. البته نویسنده‌های تمام سطوح آن را مفید تلقی می‌کنند.

✓ *Techniques of the Selling Writer* نوشته‌ی Dwight Swain (انتشارات University of Oklahoma): به‌طور خاص پیشنهاد می‌کنیم برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی ساختار داستانی، دو فصل "Fiction Strategy" و "Beginning, Middle, End" را مطالعه کنید.

✓ *The Writer's Journey* نوشته‌ی Christopher Vogler (انتشارات Michael Wiese): این کتاب ساختار سه‌پرده‌ای رایج را در قالب "سفر قهرمان"، که ۱۲ مرحله دارد، بسط می‌دهد. نویسنده‌ی این کتاب به فاجعه‌ی اول لقب *گذر از آستانه* می‌دهد و با توجه به داستان به یکی از دو فاجعه‌ی دوم یا سوم عنوان *امتحان* می‌دهد.

فصل ۹

خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها و صحنه: لایه‌های میانی پی‌رنگ

در این فصل

- تصمیم‌گیری درباره‌ی اینکه اول کدام لایه را بنویسید
- نوشتن یک خلاصه‌ی داستان دو صفحه‌ای
- نوشتن فهرست صحنه‌ها
- ساختاربندی صحنه‌ها

پی‌رنگ رمان‌های امروزی معمولاً شش لایه پیچیدگی دارند. در فصل ۸ ما درباره‌ی دو لایه‌ی فوقانی پی‌رنگ (خطّ داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای) صحبت کردیم. در این فصل نگاهی خواهیم داشت به سه لایه‌ی میانی: خلاصه‌ی داستان، فهرست صحنه‌ها و صحنه. پایین‌ترین لایه‌ی پی‌رنگ را هم – کنش داستانی، گفت‌وگو و ... – در فصل ۱۰ بررسی خواهیم کرد.

پیش از بررسی دقیق لایه‌های میانی، ترتیبی را که دوست دارید ساختار داستان‌تان طبق آن پیش برود، در نظر بیاورید. قسمت بعدی به شما نشان می‌دهد که برای مشخص کردن ترتیب نوشتاری‌تان چه رویکردی را باید در پیش بگیرید.

انتخاب ترتیب انجام کارها

گاهی موفقیت به این بستگی دارد که کارها را با ترتیب درستی انجام دهیم. اگر اول جوراب پا کنید و بعد کفش بپوشید، روز بی‌دردسرتری نسبت به زمانی خواهید داشت که اول کفش پوشیده‌اید، بعد جوراب. اما گاهی هم ترتیب مهم نیست. اینکه جوراب پای چپ را اول بپوشید، یا پای راست را، در روزتان توفیری ایجاد نخواهد کرد. احتمالاً شما هر روز آن‌ها را به‌ترتیب ثابتی می‌پوشید، زیرا اینکه یکی از آن‌ها را اول بپوشید درست به‌نظر می‌رسد.

توسعه دادن ساختار داستانی یکی از کارهایی است که ترتیب انجام آن مهم نیست، اما ممکن است شـما حالت خاصی را ترجیح دهید. در فصل ۴ درباره‌ی اهمیت استفاده از یک الگوی نوشـتاری خلاقانه صحبت کردیم کـه در آن ترتیب فعالیت‌های مربوط به نوشتن داستان شما مشخص می‌شود. تنها چیزی که در این مقطع واقعاً مهم است این است که شما الگوی نوشتاری مناسب برای خودتان را برگزینید.

الگوی نوشتاری خلاق شما یا حالت صعودی خواهد داشت یا نزولی:

✓ **نزولی:** الگوی نزولی از بالاترین لایه‌ی پیچیدگی شـروع می‌شـود و کم‌کم به جزئیات می‌پردازد. الگوی دانه‌برفی یک الگوی نزولی اسـت، زیرا نوشتن در آن از یک مفهوم کلی – یک خطّ داسـتانی – آغاز می‌شود و به ساختار سه‌پرده‌ای بسـط پیدا می‌کند و همین طور در مسیر لایه‌های پایین‌تر و جزئیات بیشتر ادامه می‌یابد. الگوی طرح کلی هم حالت نزولی دارد.

اگر ترجیح می‌دهید از یک روش نزولی بهره ببرید، این فصل را به‌ترتیب طبیعی آن بخوانید: اول خلاصه نوشـتن را یاد بگیرید، بعد به فهرست صحنه‌ها بپردازید و بعد سراغ اصل صحنه بروید.

وقتی برای خلق سـاختار داستانی‌تان آماده شدید، اول خطّ داستانی را بنویسید و سپس – به کمک ایده‌های ارائه شده در فصل ۸ – ساختار سه‌پرده‌ای رمان خود را تعریف کنید. پس از انجام این دو کار، به کمک ایده‌هایی که در این فصل یاد می‌گیرید، خلاصه‌ی داستان و فهرست صحنه‌ها را هم بنویسید.

صعودی: الگوی صعودی از پایین‌ترین لایه‌ی پیچیدگی – که همان جملاتی‌اند که داسـتان را تشکیل می‌دهند – آغاز می‌شود و همه چیز را به‌تدریج در جهت لایه‌های بالایی می‌چیند. الگوی غریزی حالت صعودی دارد زیرا در این الگو شما اول داستان خود را می‌نویسید و بعد آن را تحلیل می‌کنید و در نهایت می‌فهمید که داستان درباره‌ی چیست. شیوه‌ی ویرایش همزمان هم از همین قاعده تبعیت می‌کند.

اگر ترجیح می‌دهید از روش صعودی استفاده کنید، قسمت‌های اصلی این فصل را از آخـر به اول بخوانید. اول ببینید سـاختار صحنه‌ها باید چگونه باشـد، بعد فهرست صحنه‌ها را بنویسید و بعد خلاصه نوشتن را بیاموزید.

وقتـی آمادگی خلق داسـتان خود را پیـدا کردید، ابتدا پیش‌نویس داسـتان را بنویسـید و بعد سـاختار هر صحنـه را تحلیل کنید تا مطمئن شـوید که وزن مفهومی‌اش، به‌عنوان یک صحنه از داسـتان، کافی است. وقتی مطمئن شدید که همه‌ی صحنه‌های داستان‌تان ساختارمند هستند، فهرستی از آن‌ها تهیه کنید و چیدمـان صحنه‌هـا را طوری تغییر دهید که بهترین ترتیب ممکن را داشـته باشند. سـپس خلاصه‌ی داستانی را بر اساس فهرسـت صحنه‌ها بنویسید. اگر

خلاصه‌ی خوبی بنویسید، باید بتوانید آن را طوری به یک بند کاهش دهید که در آن ساختار سه‌پرده‌ای داستان‌تان (همان‌طور که در فصل ۸ گفتیم) آشکار شود. حالا باید این خلاصه‌ی تک‌بندی را به یک جمله کاهش دهید؛ این جمله خطّ داستانی شماست که پیش‌تر در فصل ۸ درباره‌اش صحبت کردیم.

نوشتن خلاصه‌ی داستان

تقریباً همیشه برای فروش یک رمان به خلاصه‌ای از آن نیاز داریم. خلاصه‌ی داستان، مطلبی حدوداً دو صفحه‌ای است که پی‌رنگ را توصیف می‌کند و یکی از بخش‌های ضروری فرایند فروش کتاب به حساب می‌آید. برای پیدا کردن نماینده‌ی ادبی یا برای فروختن رمان به یک ناشر، باید یک پیش‌طرح و یک طرح پیشنهادی بنویسید (درباره‌ی این دو مورد در فصل ۱۶ توضیحات کاملی داده شده است). در نهایت نماینده‌ی ادبی یا ناشر، از شما درخواست خلاصه‌ی داستان خواهد کرد. به همین دلیل است که باید حتماً – به‌عنوان یک رمان‌نویس – نوشتن خلاصه‌ی داستان را بلد باشید.

به‌نظر می‌رسد که نوشتن یک خلاصه‌ی داستان دو صفحه‌ای، دردناک‌ترین تجربه‌ای است که بسیاری از رمان‌نویس‌ها با آن مواجه می‌شوند. گاهی بهترین رمان‌نویس‌ها هم به خاطر اینکه نمی‌دانند در خلاصه‌ی داستان چه باید بنویسند احساس استیصال می‌کنند. این تمام ماجرا نیست. بسیاری از ویراستارها هم معتقدند که خلاصه‌ی داستان چیز کسل کننده‌ای است. اکثر نویسنده‌ها از خلاصه نوشتن نفرت دارند و همیشه یا زیاد می‌نویسند یا کم. در این قسمت چند معیار ساده را به شما معرفی می‌کنیم که به کمک آن‌ها کارتان را به‌نحوی درست و در زمانی کوتاه انجام خواهید داد.

هیچ راز پنهانی وجود ندارد. این‌ها اصول خلاصه نویسی هستند:

- ✓ از زبان سوم‌شخص بنویسید.
- ✓ در زمان حال بنویسید.
- ✓ تمام‌داستان را در دو صفحه‌ی یک خط در میان خلاصه کنید (می‌شود حدود ۱۰۰۰ کلمه).

یک رمان معمولی حدود ۱۰۰ صحنه دارد. اگر بنا باشد همه‌ی صحنه‌ها را در یک خلاصه‌ی داستان ۱۰۰۰ کلمه‌ای بگنجانید، باید هر صحنه را در ۱۰ کلمه خلاصه کنید و این کافی نیست. پس نویسنده چه باید بکند؟



هر بند از خلاصه‌ی داستان شما باید توالی‌ای از صحنه‌های مرتبط را خلاصه کند (نه یک صحنه‌ی واحد را). توالی ممکن است چیزی بین سه تا هفت صحنه داشته باشد.

خلاصه‌ی داستان این صحنه‌ها را کوچک می‌کند، فقط قسمت‌های ضروری آن‌ها را نگه‌می‌دارد و به‌طور خاص روی صحنه‌های مهم تمرکز می‌کند و در این مسیر از صحنه‌های جانبی چشم می‌پوشد.

شما برای خلق خلاصه‌ی داستان، دو راه ساده پیش رو دارید که بستگی به نزولی یا صعودی بودن روش کارتان دارد: یا کار را با ساختار سه‌پرده‌ای آغاز می‌کنید و به آن شاخ و برگ می‌دهید یا با فهرست صحنه‌ها شروع و آن را هرس می‌کنید.

از بالا به پایین: شاخ و برگ دادن به ساختار سه‌پرده‌ای

اگر نزولی می‌اندیشید، کار خود را با ساختار سه‌پرده‌ای آغاز کنید. (در فصل ۸ درباره‌ی ساختار سه‌پرده‌ای توضیحات کامل و جامعی ارائه شده است.) شما باید یک خلاصه‌ی تک‌بندی داشته باشید که ساختار سه‌پرده‌ای‌تان را توصیف کند. این بند دارای پنج جمله است. شما باید این جملات را به شکل زیر بسط دهید:

۱. جمله‌ی اول را (مقدمات وقوع ماجرای داستان) به یک الی دو بند بسط دهید و پیش‌زمینه‌ی داستان را در آن‌ها توصیح دهید.

۲. جمله‌ی دوم را (که به فاجعه‌ی دوم ختم می‌شود) به اندازه‌ی نیم صفحه بسط دهید.

در دو تا سه بند توضیح دهید که چطور قرار است به اولین فاجعه‌ی مهم و تصمیم منتج از آن، که سؤال داستانی‌تان را تعریف می‌کند، برسید.

۳. جمله‌ی سوم را (که به فاجعه‌ی دوم ختم می‌شود) به اندازه‌ی نیم صفحه‌ی دیگر بسط دهید.

در اینجا هم در قالب سه الی چهار بند نکات اصلی داستان را خلاصه کنید. نگران چشم‌پوشی از جزئیات یا برخی از جریانات داستانی نباشید. بروید سر اصل مطلب.

۴. جمله‌ی چهارم را (که به فاجعه‌ی سوم ختم می‌شود) باز هم نیم صفحه بسط دهید.

در اینجا هم برای خلاصه کردن به سه الی چهار بند بسنده کنید. در چشم‌پوشی از جزئیات بی‌رحم باشید. ناشر نیاز ندارد به ماجراهای فرعی‌ای که شما خلق کرده‌اید اهمیتی بدهد؛ برای ناشر این مهم است که آیا داستان اصلی درست از کار در آمده یا خیر.

۵. جمله‌ی پنجم (پایان) را تا سه بند بسط دهید و در آن‌ها توضیح دهید که پایان داستان چطور فرا می‌رسد.



خلاصه‌ی داستـــان شـــما حقیقتاً به چیزی بیـــش از این نیاز نـــدارد. نگذارید یکی دو صفحه تایپ ســـاده اعصاب‌تان را خراب کند. ممکن است خلاصه‌ی داستان‌تان به‌نظر کسل‌کننده باشـــد. می‌دانید چیست؟ اصلاً ویراســـتارها انتظار دارند که خلاصه‌داستان ملال‌آور باشـــد. خلاصه‌ی داستان شما شبیه به یک فهرست مطالب است: هدفش این اســـت که نشان دهد شـــما به اندازه‌ی کافی مطلب دارید که بشود از آن‌ها یک کتاب ســـاخت. هیچ‌کس فهرست مطالب را محض ســـرگرمی نمی‌خواند و به همین صورت، هیچ‌کس خلاصه‌ی داستان را برای سرگرمی مطالعه نخواهد کرد.

از پایین به بالا: هرس کردن فهرست صحنه‌ها

اگر الگوی فکری شـــما حالـــت صعودی دارد، آنگاه می‌توانید برای نوشـــتن خلاصه‌ی داستان از فهرســـت صحنه‌ها استفاده کنید. فهرست صحنه‌های داستان شما (که کمی بعد در قسمت "تهیه‌ی فهرست صحنه‌ها" به آن خواهیم پرداخت) بسیار طولانی خواهد بود و به همین دلیل باید بی‌رحمانه آن را به شکل زیر هرس کنید:

۱.فهرست صحنه‌ها را در صفحه‌ای جدید از برنامه‌ی وُرد وارد کنید.

به این ترتیب باید برای شروع کار حدود ۱۰۰ بند بسیار کوتاه داشته باشید. هدف شـــما این است که این‌ها را به ۱۵ تا ۲۰ بند بلندتر تبدیل کنید که در دو صفحه جا شده باشند.

۲.از بالا شروع کنید و چند صحنه‌ی اول را سرسری بخوانید و ببینید به‌نظرتان کدام‌یک از آن‌ها با هم مرتبط هستند.

سه تا هفت صحنه را انتخاب کنید. این صحنه‌ها یک *توالی صحنه* را تشکیل می‌دهند.

۳.در بالای توالی صحنه‌ها چند خط خالی اضافه کنید و بند جدیدی بنویسید که جوهره‌ی آن توالی صحنه‌ها را نشان دهد.

سعی کنید بندی که می‌نویسید پنج تا هشت خط داشته باشد. توالی اولیه را پاک کنید، زیرا حالا شما یک بند نوشته‌اید که تمام آن صحنه‌ها را به‌طور خلاصه در خود گنجانده است.

۴.مراحل ۲ و ۳ را آن‌قدر تکرار کنید تا تمام توالی صحنه‌های اولیه پاک شوند.

۵.خلاصه‌ی داستان را به‌طور کامل بخوانید و آن را در قالب متنی دو صفحه‌ای ویرایش کنید.

نظم داشـــته باشید. اگر لازم شد بی‌رحم باشـــید. اگر یک خلاصه‌ی داستان ۵۰ صفحه‌ای تحویل دهید، نماینده‌ی ادبی یا ناشرتان چندان از شما خوشش نخواهد آمد.

چقدر جزئیات لازم دارید؟



هر بند از خلاصه‌ی داستان شما توالی کاملی از صحنه‌های رمان شما را خلاصه می‌کند. خلاصه‌ای که نوشته‌اید، یک خلاصه‌ی کلی است و نمی‌تواند تمام جزئیات داستان را شامل شود. چنین خلاصه‌ای نمی‌تواند تمام گره‌های بی‌نظیر پی‌رنگ را نشان دهد. این خلاصه حتی ممکن است نتواند تمام شخصیت‌های داستان شما را معرفی کند.

خلاصه‌ی داستان شما باید روی سه تا چهار شخصیت مهم تمرکز کند. ایرادی ندارد که بعضی از شخصیت‌های کم‌اهمیت را به‌صورت گذرا نام ببرید، اما از مهم‌ترین جریان داستانی که به شخصیت اصلی مربوط است، منحرف نشوید. توضیح درون‌مایه‌ی داستان لازم نیست. (در فصل ۱۱ درباره‌ی درون‌مایه و نحوه‌ی پیدا کردن آن توضیح داده شده است.) اشکالی ندارد که موقع نوشتن خلاصه‌ی داستان، هنوز ندانید که درون‌مایه‌ی آن چیست.

به‌طور کلی: اگر خلاصه‌ی داستان بیش از دو صفحه‌ی تک‌فاصله‌ای (Single space) باشد، آنگاه باید بدانید که جزئیات زیادی در آن وجود دارد. در این صورت سعی کنید بعضی از مطالب را حذف کنید و این کار را تا جایی که فقط دو صفحه متن به جا مانده باشد ادامه دهید. این قانون کمک می‌کند بخش‌های حیاتی داستان خود را از بخش‌های پیشِ پا افتاده‌ی آن تشخیص دهید.



خلاصه‌ی داستان باید مستقل باشد. فرض کنید همه‌ی افرادی که خلاصه را می‌خوانند هیچ چیز درباره‌ی رمان شما نمی‌دانند. وقتی هر یک از شخصیت‌های تازه را معرفی می‌کنید، یک جمله یا عبارت درباره‌ی او بنویسید. لازم نیست زیاد توضیح دهید؛ به اندازه‌ای بنویسید که درک خلاصه‌ی داستانی ممکن شود.

مثال: خلاصه‌ی بازی اِندِر

بازی اِندِر رمان علمی ـ تخیلی نوشته‌ی اورسن اسکات کارد است. این رمان برنده‌ی دو جایزه‌ی هوگو و نِبولا شده است. (اگر قرار است در عمرتان فقط یک رمان علمی‌ـتخیلی بخوانید، باید این کتاب را بخوانید. مأیوس‌تان نخواهد کرد.)

دلیل انتخاب این رمان به‌عنوان مثال ما، سادگی نسبی تحلیل آن است. شخصیت اصلی رمان، اندرو "اِندِر" ویگین نام دارد و در اغلب صحنه‌ها شخصیت مُشرف نیز هست. داستان به شکل خطی جلو می‌رود. در این رمان چهار ستون داستان‌نویسی، که در فصل ۲ معرفی شدند، بسیار قوی خلق شده‌اند: دنیای داستانی، شخصیت، پی‌رنگ و درون‌مایه.

اِندِر ویگین پسری است که برای شرکت در دوره‌ی آموزش نظامی بسیار دشواری در مدرسه‌ی مبارزه انتخاب شده است. زمین در انتظار حمله‌ی قریب‌الوقوع نژاد بیگانه‌ای از مورچه‌سانان است که به آن‌ها "باگر" می‌گویند. باگرها حدود ۸۰ سال پیش زمین را تقریباً نابود کردند. باگرها فناوری‌های پیشرفته‌تری در اختیار دارند و به همین دلیل احتمال شکست زمین توسط آن‌ها بالاست، مگر اینکه رهبر بزرگی به نجات زمینی‌ها بشتابد. آیا اِندِر همان رهبر است؟ اگر چنین است، آیا او می‌تواند دوره‌ی آموزشی را به‌موقع به پایان رساند تا مردمش را از نابودی نجات دهد؟ این سؤال داستانی بازی اِندِر است.

از آنجا که می‌خواهیم ماجرای داستان فاش نشود، تنها یک‌چهارم اول کتاب را (پرده‌ی ۱) را تحلیل می‌کنیم. این خلاصه‌ای است که ما از یک‌چهارم اول نوشته‌ایم و شامل ۳۱ صحنه می‌شود:

حمله‌ی قریب‌الوقوعی از سوی بیگانگان زمین را تهدید می‌کند و رهبران نظامی سرتاسر این سیاره، به‌دنبال رهبر جوانی هستند که ذکاوت و جرئت لازم برای نجات نوع بشر را داشته باشد. پس از اینکه مسئولان نظامی به مدت سه سال اِندِر ویگین را تحت نظر گرفتند، زمان آن رسیده که دستگاه الکترونیکی مخصوص نظارت، از این پسربچه‌ی ۶ ساله جدا شود. همه فکر می‌کنند که او برای شرکت در آموزش‌های نظامی قبول نشده است، اما افسران عالی‌رتبه آزمونی عملی را برای او تدارک دیده‌اند.

هنگامی‌که چند کودک قوی‌هیکل و زورگو، پس از تعطیل شدن مدرسه، اِندِر را محاصره می‌کنند تا او را کتک بزنند، اِندِر ابتدا می‌کوشد با گفت‌وگو از دردسر پرهیز کند، اما بعد مجبور می‌شود وحشیانه به سردسته‌ی آن‌ها حمله کند. برای حصول اطمینان از اینکه آن‌ها دوباره به سراغش نخواهند رفت، اِندِر پسری را که به زمین افتاده به‌شکلی بی‌رحمانه می‌درد تا این کارش هشداری برای بقیه‌ی آن‌ها باشد.

ارتش، با امید به اینکه اِندِر همانی است که در جستجویش بوده‌اند، او را از خانواده‌اش جدا می‌کند و همراه چند پسر دیگر در پرتاب بعدی به سفینه‌ای می‌فرستد که مدار زمین را دور می‌زند و به آن مدرسه‌ی مبارزه می‌گویند. افسر مسئول، سرهنگ گراف، با چنان آب و تابی از اِندِر تعریف می‌کند که پسرهای دیگر از او متنفر می‌شوند. اِندِر احساس ترس و تنهایی می‌کند، اما خیلی زود با یکی از افراد آنجا، به نام اَلِی، دوست می‌شود و کمکش می‌کند به مقام ریاست گروه پرتاب برسد. اِندِر و اَلِی خیلی زود موفق می‌شوند که یک گروه ناکارآمد را به تیمی توانمند تبدیل کنند.

پیش از اینکه اِندِر فرصتی برای استراحت داشته باشد، مربیان او را به ارتشی تمرینی ترفیع می‌دهند که پسرهای بزرگ‌تری عضو آن هستند. فرمانده‌ی جدید اِندِر، بونزو مادرید، او را موجود سبک وزن و به‌دردنخوری تلقی می‌کند و به او دستور می‌دهد

در طول نبردهای تمرینی ارتش آموزشـــی، هیچ کاری نکنـــد. در چند نبرد اول، اِندِر از دســـتورات بونزو اطاعت می‌کند. اما در نبرد سوم، اِندِر از دستور سرپیچی می‌کند، روی دشـــمن آتش می‌گشاید و شکســـتی حتمی را به نتیجه‌ی مساوی تبدیل می‌کند. بونزو که تحقیر شـــده اســـت، کار اِندِر را با انتقال او به ارتشی دیگر و سپس ضرب و شتم او، تلافی می‌کند. اِندِر که تصمیم می‌گیرد دیگر هرگز قربانی واقع نشـــود، برای یادگیری نبرد تن‌به‌تن ثبت‌نام می‌کند.

نوشتن فهرست صحنه‌ها

این فهرســـت به شـــما کمک می‌کند که آمار صحنه‌ها را داشـــته باشید. برای تهیه‌ی فهرســـت صحنه‌ها، ابتدا یک خلاصه‌ی کوتاه از هر صحنه بنویسید. مدیریت تمام این خلاصه‌های کوتاه کار دشواری است، اما در این قسمت، برای آسان‌تر شدن این فعالیت، دو شگرد رایج را به شما یاد می‌دهیم.

برعکس خلاصه‌ی داســـتانی (به قســـمت قبل مراجعه کنید)، بـــرای فروش کتاب به فهرست صحنه‌ها نیاز ندارید. اگر فهرست صحنه‌ها را ننویسید، به هیچ‌کس بر نخواهد خورد. پس اصلاً چرا باید چنین چیزی را بنویسید؟



صحنه یکی از واحدهای پایه‌ای ســـازنده‌ی داســـتان اســـت. بنابراین نوشتن فهرست صحنه‌ها، ابزار قدرتمندی برای ســـازماندهی داســـتان – پیـــش از نگارش آن – و نیز ویرایش داســـتان – پس از نگارش آن – به دســـت می‌دهد. سر و کله زدن با کدام را ترجیح می‌دهید: ۱۰۰ خط خلاصه‌ی صحنه‌ها، یا ۴۰۰ صفحه متن؟

پیش از اینکه اســـتفاده از کامپیوترها این چنین رواج پیدا کند، نویســـنده‌ها با نوشـــتن جمله‌ای به‌عنـــوان خلاصه‌ی هر صحنه، روی کارت‌های ۳×۵، فهرســـت صحنه‌ها را تهیه می‌کردند. به این ترتیب می‌توانســـتند داستان‌شـــان را به‌راحتی کف اتاق پذیرایی خانه پهن کنند و صحنه‌ها را آن‌قدر جابه‌جا کنند تا نقص‌های موجود در ترتیب و توالی آن‌ها برطرف شـــود. اما این کار همیشه هم مؤثر نبود. ممکن بود بچه‌ها در اتاق با هم گرگم به هوا بازی کنند یا جناب نویســـنده بخواهـــد چیدمان جدید صحنه‌ها را با حفظ یک نســـخه از ترتیب اولیه‌ی صحنه‌ها انجام دهد. در هر دو حالت، یک مُشـــت کارت ۳×۵ مایه‌ی دردسر بود.



پیشنهاد ما این است که کارت‌های ۳×۵ را با یک کامپیوتر عوض کنید. شما می‌توانید با استفاده از یک واژه‌پرداز (word processor) یا ویرایشگر متن (text editor)، تمام صحنه‌ها را شناســـایی کنید، اما بهترین گزینه برای این کار، صفحه‌ی گسترده (spreadsheet) است. نرم‌افزارهای Numbers؛ Microsoft Excel (بخشی از بسته‌ی Apple iWork)؛

بسته‌ی نرم‌افزاری رایگان OpenOffice (www.openoffice.org) که روی همه‌ی سیستم عامل‌ها کار می‌کند؛ یا صفحه‌ی گسترده‌ی گوگل (docs.google.com) – که در هر جا و زمانی می‌توان روی اینترنت به آن دسترسی پیدا کرد – را برای این منظور به‌کار ببرید. اگر تا به حال از صفحه‌ی گسترده استفاده نکرده‌اید، از یکی از دوستان‌تان که در این مورد اطلاعات زیادی دارد بخواهید شما را در ساختن فهرست‌های ساده راهنمایی کند. موارد ضروری را می‌توانید به‌راحتی در عرض چند دقیقه یاد بگیرید. خودتان می‌بینید که صفحه‌ی گسترده، ابزاری فوق‌العاده برای مدیریت فهرست صحنه‌هاست.

برای گنجاندن جزئیات در فهرست صحنه‌ها دو راه ساده پیش روی شماست، که به رویکرد نزولی یا صعودی کارتان بستگی دارد. شما یا باید با خلاصه‌ی داستانی شروع کنید و به آن شاخ و برگ بدهید و یا دست‌نوشته‌تان را بردارید و آن را خلاصه کنید.

رویکرد نزولی: شاخ و برگ دادن به خلاصه‌ی داستانی

اگر به روش نزولی می‌اندیشید، کار را از خلاصه‌ی داستانی، که حدود دو صفحه است، شروع کنید (کمی پیش‌تر در قسمت "نوشتن خلاصه‌ی داستان" توضیح داده شده است). به بندهای خلاصه‌ی داستان نگاه کنید و از خود بپرسید که چطور می‌توانید آن‌ها را به صحنه‌های تشکیل‌دهنده تجزیه کنید. هر صحنه باید در یک مکان و در زمانی خاص اتفاق بیفتد، شخصیت‌های معدودی داشته باشد و پی‌رنگ را به پیش ببرد.

برای هر صحنه‌ای که مجسم می‌کنید، یک خط به صفحه‌ی گسترده (یا کارت ۳×۵) اضافه کنید و در آن، وقایع آن صحنه را به‌شکلی ابتدایی شرح دهید. لازم نیست جزئیات را ذکر کنید. این کار مفرح را به بعد موکول کنید. در این مقطع از کار فقط سعی کنید تکه‌های درشت وقایع را یادداشت کنید.

سعی کنید هر بند خلاصه‌ی داستانی را در قالب چند صحنه‌ی متمایز تجزیه کنید (سه تا پنج صحنه مناسب است). وقتی به پایان خلاصه‌ی داستانی برسید، فهرست کامل شده است. اگر از صفحه‌ی گسترده استفاده کرده‌اید، آن را به‌عنوان یک فایل ذخیره کنید.



به خودتان این آزادی را بدهید که چیدمان‌های متفاوتی از صحنه‌ها را در فهرست خود امتحان کنید. ویرایش فهرست صحنه‌ها در صفحه‌ی گسترده کار آسانی است؛ می‌توانید سطرها را پاک کنید، سطرهای جدید اضافه کنید، آن‌ها را ویرایش یا جابه‌جا کنید. هر بار که تغییر مهمی در فهرست ایجاد می‌کنید، آن را به‌عنوان یک فایل جدید ذخیره کنید (این کار از کپی گرفتن از کارت‌های ۳×۵ آسان‌تر است).

رویکرد صعودی: خلاصه کردن دست‌نوشته

اگر به روش صعودی اندیشه می‌کنید، تهیه‌ی فهرست صحنه‌ها با استفاده از دست‌نوشته کار آسانی است. دست‌نوشته را بخوانید و هر صحنه را در یک خط از صفحه‌ی گسترده (یا کارت ۳×۵) خلاصه کنید. یادتان باشد که لازم نیست همه‌ی جزئیات را ثبت کنید. دست‌نوشته‌ی شما خودش همه‌ی جزئیات را دارد و نگران از دست دادن آن‌ها نیستید.

برای مرور دست‌نوشته، افزودن خلاصه‌ها در صفحه‌ی گسترده (یا کارت یادداشت ۳×۵)، به زمانی بیش از یکی دو ساعت نیاز ندارید. این ساعات شاید در تمام مدت زمانی‌که صرف نوشتن رمان‌تان کرده‌اید، ارزشمندترین و پُربارترین ساعات باشند. کارتان که تمام شود، خلاصه‌ی موشکافانه‌ای از داستان‌تان به‌صورت کامل و یکجا پیشِ رویتان است.

اگر یک صعودی‌اندیش دو آتشه هستید، احتمالاً برای سازماندهی دوباره‌ی داستان خود باید زحمت زیادی بکشید (مخصوصاً اگر به شیوه‌ی غریزی کار می‌کنید). فهرست صحنه‌ها یک ابزار قدرتی است که در این کار به شما یاری می‌رساند. هر خط فهرست صحنه‌ها، نماینده‌ی صدها جمله از پیش‌نویس اولیه‌ی داستان‌تان است. بنابراین ویرایش فهرست صحنه‌ها از جابه‌جا کردن آن‌ها در یک نسخه‌ی دست‌نویس حجیم و شلوغ به‌مراتب آسان‌تر است. (در فصل ۱۳ درباره‌ی ویرایش ساختار پیشرفته‌ی داستان بیشتر صحبت می‌کنیم.)

مثال: فهرست صحنه‌های بازی اِندِر

ما همچنان از *بازی اِندِر* به‌عنوان نمونه استفاده می‌کنیم. کمی پیش‌تر، در قسمت "نوشتن خلاصه‌ی داستان"، یک خلاصه‌ی داستانی نمادین از یک‌چهارم ابتدای این رمان ارائه کردیم. در اینجا فهرست صحنه‌های مربوط به همان قسمت از کتاب را برایتان آورده‌ایم. این کار را با خواندن تک‌تک صحنه‌های موجود در فصول آغازین این کتاب و نوشتن یک الی سه جمله به ازای هر صحنه انجام داده‌ایم. توجه کنید که جزئیات فهرست صحنه‌ها به‌شکل قابل‌توجهی نسبت به خلاصه‌ی داستانی بیشتر است:

- ✓ دو افسر ارتش درباره‌ی اِندِر ویگین با هم صحبت می‌کنند. به‌نظر او برای مدرسه‌ی مبارزه گزینه‌ی خوبی باشد، اما آیا او زیادی انعطاف‌پذیر است؟ دو افسر تصمیم می‌گیرند پیش از گرفتن تصمیم نهایی، اِندِر را با چند دشمن محاصره کنند و ببینند او چطور واکنش می‌دهد.
- ✓ پزشک دستگاه مراقبت از راه دور را از اِندِر جدا می‌کند. این فرایند بسیار مخربی است و اِندِر را تا آستانه‌ی مرگ می‌برد.

- ✓ اِندر به مدرسه‌ی معمولی‌اش بازمی‌گردد و پسرهای دیگر متوجه می‌شوند که دستگاه مراقبت را از بدن او جدا کرده‌اند. عده‌ای از بزن‌بهادرها بعد از تعطیلی مدرسه به اِندر حمله می‌کنند. او با حمله‌ی وحشیانه‌ای به سردسته‌ی آن‌ها از خود دفاع می‌کند.
- ✓ افسران مطمئن نیستند که اِندر "دلیل مناسبی" برای کار وحشیانه‌اش داشته باشد. آن‌ها تصمیم می‌گیرند ببینند اِندر چطور از پس برادر بدجنسش، پیتر، برمی‌آید.
- ✓ پیتر، اِندر را مورد تمسخر قرار می‌دهد و او را به مرگ تهدید می‌کند. اما خواهرش ولنتاین او را از این کار منصرف می‌کند.
- ✓ افسران فکر می‌کنند چطور می‌توانند کاری کنند که اِندر خانه را ترک کند. آن‌ها به این نتیجه می‌رسند که بهتر است او را فریب دهند (البته اگر لازم باشد، حقیقت را به او خواهند گفت).
- ✓ سرهنگ گراف به ملاقات اِندر می‌رود، از او درباره‌ی انگیزه‌هایش برای حمله‌ی وحشیانه به بزن‌بهادرها سؤال می‌کند و بعد پیشنهاد رفتن به مدرسه‌ی مبارزه را به او می‌دهد.
- ✓ اِندر چندان تمایلی به پذیرفتن پیشنهاد سرهنگ ندارد، اما در نهایت به این نتیجه می‌رسد که گزینه‌های زیادی پیشِ رویش نیست و تصمیم می‌گیرد که با پرتاب بعدی به مدرسه‌ی مبارزه برود.
- ✓ افسران نگران‌اند که اِندر نتواند خود را با محیط و پسرهای دیگر وفق دهد و در اثر این مشکل، خلاقیت نظامی‌اش آسیب ببیند. بنابراین تصمیم می‌گیرند از نظر روانی بین او و دیگران فاصله بیندازند.
- ✓ در طول پرتاب، سرهنگ گراف آشکارا از اِندر تعریف می‌کند و به این ترتیب یکی از پسرها به نام برنارد، اِندر را اذیت می‌کند. اِندر از خود دفاع می‌کند و تصادفاً بازوی برنارد را می‌شکند.
- ✓ اِندر به سرهنگ گراف می‌گوید که او برنارد را به آزارش تحریک کرده است. سرهنگ جواب اِندر را باتندی می‌دهد و به این ترتیب اِندر می‌فهمد که نمی‌تواند روی کمک او حساب کند.
- ✓ افسران نگران می‌شوند که مبادا اِندر آسیب (روحی) ببیند. بنابراین تصمیم می‌گیرند به او اجازه دهند دوستی داشته باشد. اما او هرگز نباید تکیه‌گاهی پدر/مادر گونه داشته باشد.
- ✓ اِندر در اتاقش مستقر می‌شود و با مدرسه‌ی مبارزه اخت می‌گیرد. اما دیگر پسرهای هم‌گروهی‌اش – پرتابی‌ها – همچنان از او نفرت دارند.

- ✓ اندِر احســـاس ترس و تنهایی می‌کند. اما این مشکل را با خودش حل می‌کند و تصمیم می‌گیرد که قوی باشد و ترسش را آشکار نکند.
- ✓ اندِر به اتاق بازی می‌رود، با یک پسر بزرگ‌تر از خودش یک بازی جنگی می‌کند و دو دســـت از سه دست بازی را می‌برد. پسرهای بزرگ‌تر به خاطر سن کم اندِر به او پوزخند می‌زنند.
- ✓ اندِر از کامپیوترش استفاده می‌کند تا شخصیت برنارد – پسر قلدر گروه پرتابی‌اش – را تخریب کند. او موفق می‌شود و چند دوست پیدا می‌کند. اما برنارد دیگر به دشمن رسمی‌اش تبدیل شده است.
- ✓ افســـران احساس می‌کنند که اندِر با ایجاد دو دستگی، فضای گروه پرتابی‌اش را مســـموم می‌کند. آن‌ها تصمیم می‌گیرند کار خاصی نکنند تا اندِر مجبور شود با تلاش‌های خودش هم‌گروهی‌هایش را به هم پیوند دهد.
- ✓ اندِر با اَلِـــــی – بهترین دوست برنارد – دوست می‌شود. اَلِــی خیلی زود رییس گروه پرتاب می‌شود و دیگر هیچ‌کس در گروه خارجی محسوب نمی‌شود.
- ✓ اندِر یک بازی ویدئویی انجام می‌دهد و راهی بی‌نظیر برای شکســـت دادن غول شکست‌ناپذیر بازی پیدا می‌کند.
- ✓ افســـران از نحوه‌ی پیدا کردن راه شکست غول توسط اندِر شوکه شده‌اند. آن‌ها تصمیم می‌گیرند اجازه دهند اندِر پیش از امتحان بعدی‌اش کمی استراحت کند.
- ✓ اندِر قبول می‌کند که به اَلِـــــی در ساختن یک سیستم امنیتی جدید کمک کند. اما خیلی زود می‌فهمد که او را به ارتشـــی دیگر "ترفیع" داده‌اند (در سنی بسیار پایین‌تر از سن متداول برای ورود به چنین ارتشی).
- ✓ اندِر به اتاق بازی می‌رود و به بازی مشغول می‌شود تا اینکه کامپیوترش خاموش می‌شـــود و پیغامی روی صفحه به او دســـتور می‌دهد که خـــودش را به ارتش جدیدش، ارش سالامندر، معرفی کند.
- ✓ اندِر خود را برای خدمت به ارتش سالامندر معرفی می‌کند و فرمانده بونزو مادرید او را با قاطعیت رد می‌کند. پترا، تنها دختری که در این واحد ارتش خدمت می‌کند و توسط بقیه پذیرفته نشده، با اندِر رفاقت می‌کند.
- ✓ اندِر در ســـرویس بهداشـــتی با پسرهایی مواجه می‌شـــود که او را به خاطر رفتار ویژه‌اش در اتاق بازی می‌شناسند. اندِر می‌فهمد که حداقل عده‌ی کمی از پسرها می‌دانند که او کیست و بنابراین دیگران هم خیلی زود او را خواهند شناخت.
- ✓ اندِر توســـط پترا کمی آموزش می‌بیند، اما بونزو اجازه نمی‌دهد او با بقیه‌ی گروه تمرین کند.

- ✓ اندِر که در واحد خودش شریک تمرینی ندارد، به تمرین با پسرهای گروه پرتابی‌اش می‌پـــردازد. فرمانده بونزو به او دســـتور می‌دهد که از ایـــن کار خودداری کند.
- ✓ اندِر بونزو را راضی می‌کند تا اجازه دهد او پرتابی‌ها را تعلیم دهد تا از این طریق اعتبار کافی برای انتقال به ارتشی دیگر را به‌دست آورد.
- ✓ اندِر در اولین نبرد تمرینی شـــرکت می‌کنـــد، در حالی‌که بونزو انجام هر کاری را اکیداً برای او ممنوع کرده اســـت. ارتش او شکســـت می‌خورد و در پایان، او تنها ســـربازی است که کاملاً "از کار افتاده" نشده است. پس از نبرد، همه می‌فهمند که اگر اندِر از دســـتور ســـرپیچی کرده بود و بر دشـــمن آتش گشوده بود، نبرد می‌توانست با نتیجه‌ی مساوی تمام شود.
- ✓ اندِر در یک نبرد تمرینی دیگر شـــرکت می‌کند. تیم او در آستانه‌ی شکست است و به این ترتیب او از دســـتور ســـرپیچی می‌کند و به چند نفر از دشمنان شلیک می‌کند. این کار او، شکست حتمی را به تساوی تبدیل می‌کند. اما فرمانده بونزو از دست اندِر عصبانی می‌شود.
- ✓ بونزو اندِر را به ارتش رَت منتقل می‌کند و به خاطر سرپیچی از دستور او را مورد ضرب و شتم قرار می‌دهد.
- ✓ اندِر که دیگر نمی‌خواهد کتک بخورد، برای درس نبرد تن‌به‌تن و دفاع شـــخصی ثبت‌نام می‌کند.

گسترش فهرست صحنه‌ها

اگر برای مدیریت فهرســـت صحنه‌ها از یک صفحه‌ی گســـترده استفاده کنید، متوجه می‌شـــوید که می‌توانید این فهرســـت را به چند نحو گســـترش دهید. می‌توانید برای ردگیری شخصیت مُشرف در هر صحنه، یک ستون جدید باز کنید (در فصل ۷ درباره‌ی شـــخصیت مُشرف توضیح داده شده است). می‌توانید ستونی اضافه کنید و در آن تاریخ و محل هر صحنه را یادداشت کنید (این مورد به خصوص برای زمان‌بندی‌های پیچیده و درهم مفید اســـت). می‌توانید در ســـتونی مجزا تعداد صفحات مربوط به هر صحنه را بنویســـید. از آنجای که افزودن ستون‌های حامل اعداد در صفحه‌ی گسترده کار آسانی است، شما می‌توانید تعداد صفحات نهایی رمان خود را تخمین بزنید. همچنین صفحات گسترده به کدگذاری رنگی ستون‌ها و ردیف‌ها کمک می‌کنند. بنابراین اگر بخواهید هر شخصیت مُشرف رنگ خاص خود را داشته باشد، کارتان آسان خواهد بود.

اگر صحنه‌ها را در صفحه‌ی گســـترده‌ی خود از نو بچینید، ســـتون‌های اضافه با هم قاطی نمی‌شوند، زیرا نرم‌افزار صفحه‌ی گسترده به شما اجازه می‌دهد ردیف‌ها را به‌عنوان واحدهای مستقل جابه‌جا کنید (باز هم می‌گوییم که می‌توانید از دوستان کاربلد خود در این زمینه کمک بگیرید).

بنا نهادن ساختار صحنه‌های مجزا

صحنه یک واحد پایه‌ای داســتان است. بنابراین شــما باید در هنر نوشتن صحنه‌ها به درجه‌ی استادی برسید. هر صحنه یک داستان کوچک است که آغاز، میانه و پایان خود را دارد. در پایان هر صحنه، حداقل یکی از شــخصیت‌ها باید تغییر کرده باشــد. در غیر این صورت، صحنه، باری را که باید، بر دوش نگرفته اســت. در داستان امروزی دو نوع صحنه‌ی متفاوت وجود دارد که هر یک از آن‌ها ساختار ساده‌ای دارد. در این قسمت، ما این دو ســاختار را نشان‌تان می‌دهیم و توضیح می‌دهیم که چطور آن‌ها در کنار هم به اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده کمک می‌کنند.



صحنــه در یک مکان واحد و در یک مقطع از زمان به وقــوع می‌پیوندد. دارای آغاز، میانه و پایان اســت و هدف آن این اســت که با نشــان دادن یک اتفاق - در حالی‌که بر شــخصیتی به‌خصوص (همان شخصیت محوری) تمرکز دارد - یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده بدهد. شــما می‌خواهید خواننده به لحاظ احساســی با آن شــخصیت همذات‌پنداری کند.

در اکثر موارد، شــخصیت محوری و شخصیت مُشــرف یک نفر هستند. اگر از زوایای دید دانای کل یا جهنده اســتفاده کنید، در صحنه بیش از یک شخصیت مُشرف وجود خواهد داشــت، اما همچنان شــخصیت محوری در صحنه غالب اســت. اگر زاویه‌ی دیدتان سوم‌شخص بی‌طرف باشــد، آنگاه اصلاً شخصیت مُشرف ندارید، اما در صحنه همچنان یک شخصیت محوری وجود دارد. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی زوایای دید، شخصیت‌های محوری و شخصیت‌های مُشرف، به فصل ۷ مراجعه کنید.)

جهان داستان‌نویســی، گوناگونی‌های بی حد و حصــری دارد. هر اتفاقی در آن ممکن است. اما ساختار صحنه‌ها در اکثر رمان‌های امروزی به شکل خارق‌العاده‌ای ساده است. علت این موضوع هم کوتاهی صحنه‌هاســت. شما می‌توانید صحنه‌ها را بر اساس آنچه در ابتدا، میانه و پایان آن‌ها رخ می‌دهد طبقه‌بندی کنید.



رمان امروزی معمولاً چندین صحنه دارد. بسیاری از رمان‌ها بیش از صد صحنه دارند. هر صحنه از نظر طولی، گســتره‌ای بین چند بند تا چندین صفحه یا بیشــتر را به خود اختصاص می‌دهد.

همان‌طور که در آغاز این قســمت اشاره کردیم، در داستان امروزی فقط دو نوع صحنه وجود دارد:

- ✓ **صحنه‌ی کُنشی:** این نوع صحنه حاوی یک هدف، یک کشمکش و یک پس‌رفت است.
- ✓ **صحنه‌ی واکنشی:** این نوع صحنه شامل یک واکنش، یک دوراهی و یک تصمیم است.

در قسمت‌های بعدی به هر یک از این دو نوع صحنه نگاه دقیقی خواهیم انداخت.

چیدن صحنه‌ی کُنشی

این نوع صحنه – که رایج‌ترین نوع آن است – توالی بسیار دقیقی دارد. انتخاب عنوان کُنشی برای این صحنه، به این دلیل است که نمی‌شود به آن لقب صحنه‌ی هدف-کشمکش-پس‌رفتِ‌محور را داد. احتمالاً در رمان شما، بیشتر صحنه‌ها کُنشی خواهند بود. یک صحنه‌ی کُنشی معمولی چنین شکلی دارد:

۱. هدف: در آغاز صحنه، شخصیت مُشرف هدفی دارد که امیدوار است تا پایان صحنه به آن دست یابد.

۲. کشمکش: در میانه‌ی صحنه، شخصیت مُشرف مکرراً تلاش می‌کند به هدفش دست پیدا کند، اما در امتداد صحنه موانع، یکی پس از دیگری، پیش پایش قرار می‌گیرند.

۳. پس‌رفت: در پایان صحنه، شخصیت مُشرف دچار پس‌رفت مفتضحی می‌شود.

معمولاً در این حالت، شخصیت از رسیدن به هدف بازمی‌ماند و به وضعی بدتر از وضع پیشین خود دچار می‌شود. گاهی هم شخصیت به آنچه می‌خواسته می‌رسد، اما اتفاقی ناگوار، پیروزی کوچک او را خنثی می‌کند.

به خلاصه‌ای از یک صحنه‌ی کُنشی دقت کنید:

تا اینجا همایش ادبی برایتان به قیمت ۴۰۰ دلار پول، یک پرواز شش ساعته و عذرخواهی‌های متعدد بابت از دست دادن بازی فوتبال پسرتان تمام شده است. اما ارزشش را دارد. شما موفق شده‌اید با یک نماینده‌ی ادبی ملاقاتی ترتیب دهید و مطمئن هستید که او همان کسی است که بناست شما را از آخرین مانع عبور دهد و به فرایند نشر نزدیک‌تان کند.

پای میز مذاکره می‌نشینید و آماده هستید که با خوش و بش‌هایی از قبیل "چقدر هوا خوبه" مکالمه را آغاز کنید. از همان اول کار، نماینده‌ی ادبی با انتقادهای شدید از داستان، پی‌رنگ، شخصیت‌ها و جنبه‌های هستی‌شناسی سفر زمان، آتش به جان‌تان می‌افکند. شما گیج می‌شوید و همین‌طور که نگاه نماینده‌ی ادبی سردتر می‌شود، لکنت زبان شما هم افزایش پیدا می‌کند. وقتی که دیگر به مرحله‌ی هذیان‌آلودی از مِن و مِن کردن رسیده‌اید، نماینده از شما می‌خواهد فصلی را که همراه آورده‌اید برای مطالعه به او بدهید. همین طور که انگشتش به‌تندی به‌سمت پایین صفحه می‌لغزد، اخم می‌کند و می‌گوید: "متأسفم، این صحنه اصلاً ساختار نداره. اگر بمیرم هم حاضر نیستم چنین پروژه‌ای را پیگیری کنم."

در اینجا هدف این اســـت که توجه نماینده را به رمان خود جلب کنید. کشمکش زمانی ایجاد می‌شود که او مجموعه‌ای از سؤالات سخت را از شما می‌پرسد؛ و پس‌رفت زمانی رخ می‌دهد که او کار شما را رد می‌کند و به شما به دیده‌ی تحقیر می‌نگرد.

هدف صحنه‌ی شما چیست؟

شما باید سعی کنید دو چیز را در ابتدای هر صحنه‌ی کُنشی پی‌ریزی کنید:

- ✓ شخصیت مُشرف اصلی کیست؟
- ✓ هدف او در این صحنه چیست؟



هدف صحنه‌های کُنشی باید چنین باشد:

- ✓ **ســـاده:** از آنجا که صحنه عنصر ساده‌ای اســـت، هدف آن هم باید ساده باشد؛ صحنه بخش کوچکی از داستان است.
- ✓ **ملموس:** هدف باید ملموس باشد تا خواننده به‌راحتی بتواند موفقیت را مجسم کند.
- ✓ **ارزشمند:** اگر هدف بی‌ارزش بود که این همه وقت برایش هدر نمی‌دادید!
- ✓ **قابل دسترسی:** اگر هدف در قالب صحنه قابل دسترسی نباشد، تنش آن صحنه از بین خواهد رفت.
- ✓ **دشـــوار:** یک هدف حاشیه‌ای و آســـان، خواننده را نصفه شب در حال ورق زدن صفحات کتاب شما بیدار نگه نمی‌دارد.

رمز کار کشمکش است



بیشترین قسمت صحنه‌ی شما باید به کشمکش اختصاص داده شود. توصیه‌ی ما این اســـت که صحنه‌های کُنشی حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد از کشمکش تشکیل شوند. بله، این درصد بالایی اســـت. اگر هدف صحنه را زود تعیین کنید، آنـــگاه می‌توانید تقریباً تمام صحنه را به ســـنگ اندازی جلوی پای شخصیت مُشرف سپری کنید. شخصیت شما جا خالی خواهد داد و تلاش خواهد کرد که به هدفش برسد. اجازه ندهید او زود تسلیم شود. بگذارید عرق بریزد. هرچه بیشـــتر او را بدوانید، خواننده از نظر احساسی بیشتر درگیرش می‌شود. شـــما می‌توانید و باید نسبت به شخصیت مُشرف سنگدل باشید؛ خواننده‌ها به خاطر همین صفت دوســـت‌تان خواهند داشت. در فصل ۱۰ توضیح می‌دهیم که چطور می‌توانید کشمکش‌ها را با جزئیاتی بی‌نظیر به نمایش درآورید.

رسیدن به بن‌بست

پیشنهاد ما این است که پس‌رفت یا شکست شخصیت مُشرف در صحنه‌های کُنشی، هر چه دیرتر اتفاق بیفتد، بهتر است. حتی می‌شود آب سرد را درست در بند یا حتی واژه‌ی آخر، روی سـر شخصیت مُشرف ریخت. در ادامه چند ایده درباره‌ی پس‌رفت شخصیت در صحنه‌ها در اختیارتان می‌گذاریم:

- ✓ پس‌رفت باید ملموس باشـد. (مثلاً در مثال قبلی، نماینده می‌تواند بگوید "نه" و شما می‌توانید این "نه" را بشنوید.)
- ✓ پس‌رفت باید حاصل پشتکار و اصرار شخصیت مُشرف در دست یافتن به هدفش باشد.
- ✓ پس‌رفت یا شکسـت باید شخصیت مُشرف را در وضعیتی بدتر از آنچه در ابتدای صحنه داشت، قرار دهد.
- ✓ شکسـت باید در صورت امکان، غیرمنتظره باشـد و در عین‌حال در امتداد روند منطقی صحنه قرار بگیرد.

ادامه‌ی کار با صحنه‌ی واکنشی

صحنه‌ی واکنشـی معمولاً بلافاصله پس از صحنه‌ی کنشـی آغاز می‌شود و به شکل زیر است:

۱.واکنش: در آغاز صحنه‌ی واکنشـی، شـخصیت مُشـرف هنوز از ضربه‌ی شکست صحنه‌ی پیشین گیج است.

شخصیت زمانی را صرف ابراز واکنش احساسی می‌کند و در نهایت بر احساساتش فائق می‌آید.

۲.دو راهی: در میانه‌ی صحنه‌ی واکنشی، شخصیت مُشرف باید بفهمد که قرار است چه کند.

اگر شکسـت صحنه‌ی قبلی به اندازه‌ی کافی سـنگین بوده باشد، آنگاه او هیچ گزینه‌ی خوبی پیشِ رو ندارد. او بر سـر دو راهی قرار دارد و باید خوب فکر کند تا بین بد و بدتر انتخاب کند.

۳.تصمیم: در نهایت، شخصیت مُشرف تصمیمی می‌گیرد.

این تصمیم هدف شـخصیت را در صحنه‌ی بعدی (که معمولاً صحنه‌ای کُنشی است) مشخص می‌کند.

این هم خلاصه‌ای از یک صحنه‌ی واکنشی:

> برای یک ثانیه نفس‌تان بالا نمی‌آید. در بدترین کابوس‌هایتان هم چنین اتفاقی را پیش‌بینی نمی‌کردید. در گیجی خودتان غوطه می‌خورید و امیدوارید که بتوانید خودتان را آن‌قدری نگه‌دارید که جایی برای خلوت کردن پیدا شود. تلوتلو خوران، در آفتاب کورکننده، از ساختمان خارج می‌شوید و گوشه‌ی امن و ساکتی را زیر یک درخت بلوط قدیمی پیدا می‌کنید. پس از چند دقیقه، مهی که ذهن‌تان را تار کرده بود، کنار می‌رود. چشم‌هایتان را می‌مالید و چند نفس عمیق می‌کشید. انگشت‌های گره‌خورده‌تان را باز می‌کنید و دست‌نوشته از میان آن‌ها رها می‌شود. بسیار خوب. به خودتان می‌آیید. حالا چه می‌شود؟ می‌توانید برگردید و با نماینده‌ی ادبی جر و بحث کنید، اما این کار احتمالاً اوضاع را خراب‌تر خواهد کرد. می‌توانید دست از نوشتن بشویید، اما... نوشتن همه‌ی زندگی شماست. می‌توانید تلاش کنید و ببینید منظور او از "ساختار صحنه" چه بوده است، اما خودمانیم، شما تا این لحظه فکر می‌کردید تعریف ساختار صحنه را می‌دانید. حالا باید چه غلطی بکنید؟ دوستی از آن حوالی رد می‌شود و چهره‌ی به‌هم ریخته‌ی شما را می‌بیند و از شما می‌پرسد که آیا حالتان خوب است. شرح ماوقع را با او در میان می‌گذارید. دوست‌تان توصیه می‌کند دست‌نوشته را نزد یک منتقد مشاور ببرید و از یک نویسنده‌ی حرفه‌ای بخواهید پیشنهادهای سازنده‌ای به شما بدهد. به دوست‌تان می‌گویید که او دیوانه است؛ چقدر دیگر باید برای چنین کاری پول خرج کنید؟ دوست‌تان شما را از زمین بلند می‌کند و دست‌نوشته را برمی‌دارد: "مگه موقع معارفه گوش نمی‌دادی؟ منتقد مشاور رایگانه! می‌گفتند که به این قسمت همایش ادبی بیشتر از بقیه‌ی قسمت‌ها کم‌لطفی می‌شه. اما بهتره عجله کنی، چون دفترشون تا ده دقیقه‌ی دیگه تعطیل می‌شه." احساس می‌کنید که لبخندی دارد بر لبان‌تان می‌نشیند: "الان می‌رم."

در این مثال، واکنش به ردشدن، جنبه‌ی جسمانی دارد: نفس‌تان بالا نمی‌آید و تلوتلو می‌خورید و ذهن‌تان را مه‌ای از گیجی فرا گرفته. در مرحله‌ی دو راهی شما چند گزینه را در نظر می‌گیرید: بحث با نماینده، ترک نویسندگی و تلاش برای حل و فصل یک‌تنه‌ی ماجرا، که همگی گزینه‌های بدی هستند. دوست‌تان گزینه‌ی چهارمی را پیشنهاد می‌کند که آن کمک خواستن از منتقد مشاور است. وقتی متوجه شوید که این پیشنهاد هم یک گزینه‌ی عملی است، تصمیم‌گیری برایتان آسان می‌شود.

نشان دادن واکنش

قسمت *واکنش* در یک صحنه‌ی واکنشی می‌تواند کوتاه یا بلند باشد و این به عظمت شکست/پس‌رفتی که شخصیت دارد به آن عکس‌العمل نشان می‌دهد و نیز به میزان

احساساتی بودن وی بستگی دارد. واکنش تا حد زیادی از احساس تشکیل می‌شود. اگر رمان شما جنبه‌ی مفهومی و درون‌نگر دارد، آنگاه می‌توانید بسیاری از تجربیات احساسی قوی را در واکنش به شکست نشان دهید. اگر رمان شما بیشتر حالت عملی و برون‌گرایانه دارد، آنگاه بهتر است واکنشی چالاک و کوتاه برای شخصیت تدارک ببینید.



قسمت واکنش در یک صحنه‌ی واکنشی از احساس خام تشکیل می‌شود. این قسمت تا زمانی کش می‌آید که شخصیت مُشرف احساسی برای خرج کردن داشته باشد. شخصیت بالاخره آرام می‌شود و تفکر منطقی را آغاز می‌کند. این همان لحظه‌ی پایان واکنش است و نشان می‌دهد که باید از آن گذر کنید و صحنه را پیش ببرید.

دو راهی چیست؟



دو راهی امری خردمحور است، نه احساسی. شخصیت مُشرف با مشکلی مواجه شده. او چطور می‌خواهد این مشکل را حل کند؟ او گزینه‌هایی پیش رو دارد؛ اما آن‌ها گزینه‌های بدی هستند. اگر شخصیت شما گزینه‌ی خوبی داشته باشد، آنگاه شما در خلق مانع و شکست دادن او در صحنه‌ی قبلی کم‌کاری کرده‌اید.

شخصیت شما برای مدتی گزینه‌ها را سبک و سنگین خواهد کرد. چه مدتی؟ این بستگی دارد به میزان وخامت اوضاع و توانایی شخصیت در تحلیل حقایق و تصمیم‌گیری. برای حل مشکل دوراهی، ممکن است زمان زیادی لازم باشد یا ممکن است شخصیت داستان شما خیلی سریع از پس آن برآید.

تصمیم‌گیری درباره‌ی تصمیم

در یک مقطع زمانی، شخصیت مُشرف باید تصمیم بگیرد. او نمی‌تواند تا ابد در بیم و امید باقی بماند. به‌محض اتخاذ تصمیم، شخصیت باید به آن تعهد پیدا کند. یک تصمیم باید چنین باشد:

- ✓ **ساده:** شخصیت شما باید در تصمیم خود، دید بازی داشته باشد.
- ✓ **ملموس:** خواننده باید بتواند مجسم کند که شخصیت داستان در مرحله‌ی بعدی دقیقاً چه می‌خواهد بکند.
- ✓ **ارزشمند:** خواننده باید بپذیرد که شخصیت واقعاً به خاطر ارزش‌هایی که به آن‌ها پایبند است، چنین تصمیمی می‌گیرد.
- ✓ **قابل دستیابی:** خواننده باید باور کند که موفقیت شاید در فصل بعدی داستان حاصل شود.
- ✓ **دشوار:** خواننده باید نسبت به نتیجه‌بخش بودن تصمیم شخصیت تردید داشته باشد.

خواننده، ســاعت ۳ صبح، به دلیل خوبی نیاز دارد که باعث شود به‌جای خاموش کردن چراغ‌ها، ورق بزند و به خواندن ادامه دهد. تصمیمی که ســاده، ملموس، ارزشمند، قابل دستیابی و دشوار باشد، چنین دلیلی را به خواننده خواهد داد.

توجه کنید که این تصمیم شــباهت زیادی به هدف صحنه‌ی کُنشــی دارد. این دقیقاً تعریف تصمیم است: انتخابی مبنی بر تعقیب هدفی خاص.

کامل کردن حلقه‌ی صحنه‌ها

در صحنه‌ی کُنشــی، شــخصیت با یک هدف به حرکت درمی‌آید، ســپس در ورطه‌ی کشــمکش می‌افتد و بعد با یک شکســت به عقب هل داده می‌شود. صحنه‌ی واکنشی بلافاصله آغاز می‌شــود، شخصیت را از دالانی از واکنش‌های احساسی می‌گذراند، او را به یک دوراهی خردمحور می‌رســاند و در نهایت شخصیت را به مرحله‌ی تصمیم‌گیری می‌رساند؛ تصمیمی برای پیگیری هدفی تازه.

بنابراین، در حالت فرضی، شــما می‌توانید یک صحنه‌ی کُنشــی بنویسید، بعد دنباله‌ی آن را با نوشــتن یک صحنه‌ی واکنشی بگیرید و بعد باز آن صحنه‌ی واکنشی را با یک صحنه‌ی کُنشی دیگر ادامه دهید. این فرضیه‌ی خوبی است و معمولاً هم شدنی است؛ اما همیشه این‌طور نیست. در ادامه دو دلیل ذکر کرده‌ایم که توضیح می‌دهند چرا ممکن است نتوانید این تناوب صحنه‌های کُنشی و واکنشی را در داستان خود اجرا کنید:

- ✓ **برای روان‌تر شــدن جریان داستان:** رمان‌های بازاری امروزی اغلب داستان را به‌شکلی ضربتی پیش می‌برند. در رمان‌های پرشتاب، صحنه‌های کُنشی از پس هم جریان دارند و نویســنده ممکن اســت سر و ته صحنه‌ی واکنشی را در یک بند چکیده‌ی روایی هم بیاورد. حتی ممکن اســت نویسنده صحنه‌ی واکنشی را اصلاً ننویسد و اینکه شخصیت چه واکنشی نشان داد، با چه مشکل و دوراهی‌ای روبه‌رو شد و در نهایت چه تصمیمی گرفت را بر عهده‌ی تخیل خواننده بگذارد.
- ✓ **برای تغییر شخصیت مُشرف، پس از یک صحنه:** اگر این کار را انجام دهید، احتمالاً دیگر نمی‌توانید واکنش احساسی شخصیت مُشرف را، که در اثر پس‌رفت او ایجاد می‌شود، به خواننده نشان دهید. پس این واکنش را چه وقت باید نشان دهید؟ شاید بعداً، وقتی که دوباره برای صحنه‌ای جدید، سراغ همین شخصیت مُشرف می‌روید. شــاید هم هرگز (البته این در صورتی است که این شخصیت بتواند بعداً واکنش احساسی، دوراهی و تصمیم خود را برای شخصیت دیگری در داستان بازگو کند.)



چه صحنه‌ی واکنشــی را به خواننده نشــان دهید، چه این کار را نکنید، باید به‌عنوان نویســنده بدانید که در آن چه اتفاقی می‌افتد. این کار نشــان‌تان می‌دهد که در ادامه‌ی

ماجرا، شـــخصیت داســـتان چه هدفی را انتخاب خواهد کرد. البته، خیلی چیزها به ژانر داستانی، انتظارات خواننده‌ها و مهارت نویسندگی شما بستگی دارد. امروزه نویسندگان به عمیق شدن در صحنه‌های واکنشی گرایش بیشتری دارند.

ساختار صحنه در بر باد رفته

مثالـــی را که از اوایل رمان *بر باد رفته*، به قلم مارگارت میچل، انتخاب کرده‌ایم در نظر بگیرید. اسکارلت اوهارا شیفته‌ی اَشلی ویلکس شده است و می‌خواهد کاری کند اشلی، یک روز با او ازدواج کند. اســـکارلت با شـــنیدن خبر نامزدی اَشلی با ملانی همیلتون، ناباورانه قســـم می‌خورد که روز بعد در جشن و میهمانی بریانی مزرعه‌ی ویلکس‌ها با او حـــرف بزند. هنگام خواب نیمروزی، وقتی خانم‌های جوان در حال چرت زدن هســـتند، اسکارلت از فرصت استفاده می‌کند تا، در صحنه‌ی مشهور کتابخانه، با اَشلی حرف بزند. اکنون به تحلیلی از این صحنه‌ی کُنشی توجه کنید:

- ✓ **هدف:** اسکارلت می‌خواهد اَشلی را ببیند، عشقش را نزد او اعتراف کند و راضی‌اش کند که به‌جای ملانی با او ازدواج کند.
- ✓ **کشمکش:** اَشلی مکرراً توضیح می‌دهد که آنچه اسکارلت می‌خواهد، غیرممکن است. آن‌ها با هم تفاوت زیادی دارند و اینکه او برای اسکارلت ارزش قائل است، اما باید با زنی ازدواج کند که شـــخصیتی مشابه شخصیت خودش دارد. اسکارلت که آرزوهای خود را نقش بر آب می‌بیند، خشمگین می‌شود، به اَشلی می‌گوید که از او متنفر است و ســـیلی محکمی به او می‌زند. اَشلی کتابخانه را ترک می‌کند. اســـکارلت به‌قدری خشمگین است که یک گلدان چینی نفیس را به سوی دیگر اتاق پرتاب می‌کند.
- ✓ **پس‌رفـــت:** رِت باتلرِ بی‌آبرو و علاف، تمام این مدت روی کاناپه چرت می‌زده و همه چیز را شنیده است. رِت به اسکارلت می‌خندد و او تحقیر می‌شود.

یک صحنه‌ی واکنشی بلافاصله پس از صحنه‌ی کُنشی قبل آغاز می‌شود:

- ✓ **واکنش:** اسکارلت از شدت فشار عصبی دچار سرگیجه می‌شود، نفسش به‌سختی بالا می‌آید و می‌ترســـد از حال برود. او می‌ترســـد که خبر مکالمه‌اش با اَشلی به بیرون درز کند. هیچ‌کس نباید از این موضوع چیزی بداند.
- ✓ **دوراهی:** آیا اســـکارلت هم باید برای خواب نیمروزی به خانم‌های دیگر بپیوندد؟ امکان ندارد؛ او تصادفاً صدای آن‌ها را می‌شنود که درباره‌اش حرف می‌زنند. هانی ویلکس پشـــت سر اســـکارلت می‌گوید که او "پررو" است. آیا او باید مهمانی را ترک کند؟ امکان ندارد. ملانی از اســـکارلت دفاع می‌کند و این حال اسکارلت را

بِه‌هم می‌زند. از همه بدتر اینکه هانی ظاهراً فهمیده اســت که اسکارلت عاشق اَشــلی شده اســت. آیا او باید به خانه برود؟ نه، نمی‌شــود؛ این کار او به هانی میــدان می‌دهد تا درباره‌ی او غیبت کند و ممکن اســت دیگران حرف‌هایش را باور کنند. اســکارلت دیگر نمی‌تواند به حرف‌های آن‌ها گوش کند، برای همین از پله‌هــا پایین می‌دود و در این حین به چارلز برخورد می‌کند. چارلز برادر ملانی اســت که هانی دوســتش دارد. چارلز متوجه حال منقلب اسکارلت می‌شود و او را به کناری می‌برد. کمی پیش‌تر، چارلز با دیدن اســکارلت مجذوب او شده بود و حتی با خودش کلنجار رفته بود که از او تقاضای ازدواج کند. حالا با رســیدن خبر جنگ، چارلز تصمیم می‌گیرد با یانکی‌ها بجنگد. او از اســکارلت می‌خواهد که منتظرش بماند.

✓ **تصمیم:** اسکارلت درمی‌یابد که با ازدواج با چارلز تمام مشکلاتش حل خواهد شد. این کار به اَشــلی نشان می‌دهد که علاقه‌ی اسکارلت به او واقعی و جدی نبود. ملانی از اینکه اسکارلت زن برادرش شود عذاب خواهد کشید و نقشه‌های هانی برای ازدواج با چارلز هم نقش بر آب خواهد شــد. اسکارلت تصمیم می‌گیرد که درجا پیشنهاد چارلز را بپذیرد.

ساختار صحنه در بازی میهن‌پرستان

حالا به مثالی از یک رمان مهیج توجه کنید که وقایع آن شــتاب بیشــتری دارند؛ *بازی میهن‌پرســتان*، اثر تام کلنسی. شخصیت اصلی جک رایان، یک استاد تاریخ در آکادمی نیروی دریایی آناپلیس است.

مطالب پیشنهادی

در اینجــا بــه چند کتاب اشــاره می‌کنیم که خواندن آن‌ها اطلاعات شما را درباره‌ی لایه‌های میانی ساختار داستان افزایش می‌دهد:

✓ *داستان*، نوشــته‌ی رابرت مک‌کی: مک‌کی استاد مشهور فیلمنامه‌نویسی است و کتاب *داستان* به‌قلم او، یک اثر کلاسیک است. (او و کتابش در فیلم *اقتباس*، با بازی نیکلاس کیج، نقش دارند.) *داستان* کتاب پیشرفته‌ای اســت و ما مطالعه آن را بیشــتر به دلیل توضیح مک‌کی درباره‌ی توالی صحنه‌ها به شــما توصیه می‌کنیم. اگرچه مک‌کی علناً نمی‌گوید که هر بند از خلاصه‌ی داســتانی باید توالی‌ای از صحنه‌هــا را خلاصه کند، ما با خواندن این کتــاب بود که به ایده‌ی ایــن کار رســیدیم. ما بر ایــن باوریم که مک‌کی این ســطح از ســاختار داســتانی را بهتر از ســایرین آشکار ســاخته است.

✓ Techniques of the Selling Writer، نوشــته‌ی دوایــت ســواِین: ســواِین یک داســتان‌نویس موفق و اســتاد باسابقه‌ی داستان‌نویسی در دانشــگاه اوکلاهوما بود.

او بیشـــتر به خاطر تحلیلش از صحنه‌ها و دنباله‌ها شـــناخته می‌شـــود. از آنجا که به هر حال هر دوی این‌ها صحنه به حســـاب می‌آیند، ما به خود آزادی نام‌گذاری مجدد آن‌هـــا را داده‌ایم. صحنه از نظر ســـواین، همان صحنه‌ی کُنشـــی ماست و دنباله‌ای کـــه او از آن دم می‌زنـــد، همان صحنه‌ی واکنشی است که ما به آن اشاره کردیم.

✓ *Plot and Structure*، نوشـــته‌ی جیمـــز اســـکات بِل: بل رمان‌نویســـی پرفروش و نویسنده‌ی سابق یکی از ستون‌های مجله‌ی تخصصی نویســـندگی *Writer's Digest* است. کتاب او ســـاده‌ترین و بهترین کتابی اســـت که ما در زمینه‌ی ساختار داستانی سراغ داریم.

فصل اول با ســـفر تحقیقاتی رایان به لندن آغاز می‌شـــود. پس از گذراندن یک روز در کتابخانـــه و دقایقی پس از ملاقات رایان با همســـر و دخترش در هاید پارک، انفجاری در فاصلـــه‌ی پانزده‌متری آن‌هـــا رخ می‌دهد. رایان ســـرش را برمی‌گرداند و دو مرد را با ســـلاح‌های اتوماتیک می‌بیـــند که از دو طرفِ به یک رولـــز رویسِ از حرکت‌افتاده تیراندازی می‌کنند. اکنون به تحلیلی از صحنه‌ی کُنشی و صحنه‌ی واکنشی پس از آن توجه کنید:

- ✓ **هدف:** رایان بی‌درنگ تصمیم می‌گیرد این حمله را، با سپر کردن خودش، متوقف کند.
- ✓ **کشـــمکش:** رایان مردی را که نزدیک‌تر اســـت غافلگیر می‌کند و با جهشـــی ســـهمگین او را زمین می‌زند. ســـپس هفت‌تیر مرد مسلح را می‌قاپد و در همین حین به این فکر می‌کند که چطور می‌تواند تیرانداز دوم را، که به یک کلاشینکف مجهز اســـت، مهار کند. اما با مردی که بر زمیـــن افتاده چه باید بکند؟ آیا اصلاً او بهوش اســـت؟ فرصتی برای فهمیدن این موضوع نیست، بنابراین گلوله‌ای به مفصل ران او شـــلیک می‌کند تا توان حرکت را از او بگیرد. رایان محل تیرانداز دوم را پیدا می‌کند. او حالا کلاشینکف را زمین انداخته و یک هفت‌تیر در دست دارد. مرد تیرانداز متوجه رایان می‌شـــود. هر دو شلیک می‌کنند. کتف چپ جک تیر می‌کشد، اما گلوله‌ای که شلیک کرده در سینه‌ی مرد تیرانداز می‌نشیند. جک یک بار دیگر ماشـــه را می‌چکاند و این بار تیر به‌صورت مرد اصابت می‌کند و او را درجا می‌کشد.
- ✓ **پس‌رفت:** خود رایان هم تیر می‌خورد و به‌شدت زخمی می‌شود.
- ✓ **واکنش:** رایان سرگیجه دارد و برای تنفس تقلا می‌کند.
- ✓ **دوراهی:** یکی از نگهبانان قصر با ســـلاحی به ســـوی رایان می‌دود. امکان ندارد که او فهمیده باشـــد که رایان آدم‌خوبه اســـت. جک در محل وقوع یک حمله‌ی تروریستی، سلاحی در دست دارد. حالا باید چه کند؟

✓ **تصمیم:** رایان وقتش را با ســبک و سنگین کردن این موقعیت هدر نمی‌دهد. او خشــاب را از هفت‌تیر درمی‌آورد و به کناری می‌اندازد، اسلحه را هم روی زمین می‌گــذارد و چند قدم از آن‌ها فاصله می‌گیرد. حالا باید اطمینان کند که نگهبان به او شلیک نخواهد کرد.

فصل ۱۰

کنش داستانی، گفت‌وگو و غیره: پایین‌ترین لایه‌ی پی‌رنگ

در این فصل

- خلق کنش داستانی
- به تصویر کشیدن گفت‌وگوها، افکار و عواطف
- استفاده از توصیف
- احیای گذشته با استفاده از فلش‌بک
- به پیش راندنِ سریعِ وقایع به کمک چکیده‌ی روایی
- روی هم سوار کردن همه‌ی اجزا

رمان امروزی در پی‌رنگ خود دارای شـــش لایه پیچیدگی است. در فصل ۸ دو لایه‌ی ابتدایی – یعنی خطِّ داســـتانی و ســـاختار سه‌پرده‌ای – را شـــرح دادیم. در فصل ۹ سه لایه‌ی میانی – یعنی خلاصه‌ی داستانی، فهرست صحنه‌ها و صحنه – را توضیح دادیم. در این فصل می‌خواهیم به بحث درباره‌ی پایین‌ترین لایه‌ی پی‌رنگ بپردازیم که در آن داستان بندبه‌بند آشکار می‌شود.

هدف شما به‌عنوان یک رمان‌نویس این است که یک تجربه‌ی حسی قوی را به خواننده اعطا کنید. اکثر روش‌هایی که برای این کار تعریف شـــده‌اند، شـــما را ناگزیر از اتصال مســـتقیم خواننده به حواس شخصیت مُشرف داستان‌تان می‌کنند. منظور ویراستار هم، وقتی که از شما می‌خواهد داستان را "نمایش" دهید و آن را "بازگو" نکنید، همین است.

شـــما پنج ابـــزار اصلی برای به نمایش درآوردن داســـتان خود دارید: کنش داســـتانی، گفت‌وگـــو، عواطف درونی، تک‌گویی درونی و توصیف. کنش داســـتانی و گفت‌وگو را می‌توانیـــد در هر صحنه‌ای برای هر شـــخصیتی به‌کار ببرید. امـــا عواطف و تک‌گویی درونی را فقط باید برای شـــخصیت مُشرف استفاده کنید. در حالت معمول – جز موارد استثنا – توصیف را فقط برای شخصیت‌های غیرمُشرف استفاده می‌کنند. دو ابزار دیگر هم در اختیار شـــما قرار دارد که یکی از آن‌ها فلش‌بک است و دیگری چکیده‌ی روایی. اگر این دو ابزار را درست اداره کنید، برای هر کدام‌شان جایگاه مناسبی وجود دارد.

برای اینکه به یک رمان‌نویس موفق تبدیل شـــوید، باید هنر ترکیب تمام این ابزارها را به‌گونه‌ای فرا بگیرید که به کمک آن‌ها بتوانید این توهم را برای خواننده ایجاد کنید که او خودش یکی از شخصیت‌های داستان شماست. در این فصل، ما این ابزارها و نحوه‌ی عملکردشان را برایتان توضیح خواهیم داد.

استفاده از هفت ابزار اصلی نمایش و تعریف

تا به حال شـــده نماینده‌ی ادبی یا ویراستار با خط خرچنگ‌قورباغه روی دست‌نوشته‌تان بنویسند "وقایع را نمایش بده، آن‌ها را بازگو نکن!" و آن را بدون توضیح اضافه برایتان پس بفرستند؟ به‌نظرتان این کار آن‌ها اعصاب خردکن نیست؟ البته که هست؛ به خاطر اینکه ویراســـتار صرفاً به شما گفته که باید "وقایع را نشان بدهید و از بازگو کردن آن‌ها خودداری کنید" و نشان‌تان نداده که چطور باید این کار را انجام دهید. ویراستارها هرگز توضیح نمی‌دهند که "نشان بده، اما بازگو نکن" یعنی چه، زیرا تصور آن‌ها بر این است که شما خودتان این موضوع را می‌دانید.



نشان دادن (یا نمایش دادن) یعنی اینکه داستان را از طریق داده‌های حسی به خواننده بنمایانید. خواننده می‌خواهد داســـتان را ببیند، بشـــنود، ببوید، لمس کند و بچشـــد و در ضمن افکار و عواطف یک شـــخصیت زنده و حاضـــر را نیز تجربه کند. بازگو یا تعریف کردن یعنی خلاصه کردن داستان برای خواننده، آن هم به‌شکلی که از داده‌های حسی چشم‌پوشی شود و فقط به حقایق آشکار میدان داده شود.

شـــما پنج ابزار اصلی در اختیار دارید که به کمک آن‌ها می‌توانید داستان خود را نمایش دهید. در قسمت پایین، این ابزارها را به‌ترتیب اهمیت‌شان فهرست کرده‌ایم:

- ✓ کنش داستانی
- ✓ گفت‌وگو
- ✓ عواطف درونی
- ✓ تک‌گویی درونی
- ✓ توصیف

می‌توانیـــد این ابزارها را، به‌ترتیبی که دوســـت دارید در یک بند به‌کار ببرید، مادامی‌که معنی داســـتان درســـت از آب درآید. حتی می‌توانید آن‌ها را در یک جمله با هم ترکیب کنید. اما ترکیب کردن آن‌ها ضروری نیست. اگر دلتان بخواهد می‌توانید یک بند کامل از داستان (یا حتی چند بند از آن) را تنها با به‌کارگیری یکی از این ابزارها بنویسید.

لطفاً دقـت کنید که ابزارهایی که در بالا ذکر شـدند می‌توانند در چکیده‌ی روایی نیز برای تعریف داستان به‌کار روند. اما از آنجا که ما بیشتر تمایل داریم از آن‌ها برای نشان دادن داستان بهره بگیریم، مجبوریم تعاریف خود را از کنش داستانی، گفت‌وگو، عواطف درونی، تک‌گویی درونی و توصیف، کاملاً مشخص کنیم تا وقتی از آن‌ها سخن می‌گوییم صرفاً به فرایند *نشـان دادن* اشـاره کنند، نه *بازگو کردن*. در ادامه تعاریف دقیق خود از ایـن ابزارها را، به همراه مثال‌هایی درباره‌ی نحوه‌ی به‌کار بردن آن‌ها، عنوان کرده‌ایم:

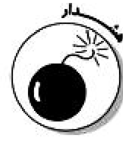
در ضمن دو ابزار دیگر هم در خدمت شما هستند:

- ✓ **فلش‌بک:** در فلش‌بک، شـما در زمـان به عقب و به یکـی از صحنه‌هایی که در گذشـته رخ داده‌اند برمی‌گردید و در آن بخشـی از داستان را به کمک تمام مظنونین همیشگی – کنش داستانی، گفت‌وگو، عواطف درونی، تک‌گویی درونی و توصیف – نشـان می‌دهید و سپس به زمان حال بازمی‌گردید. در آغاز و پایان فلش‌بک باید اشاره‌ای به تغییر زمان بکنید تا خواننده از این موضوع آگاه شود.
- ✓ **چکیده‌ی روایی:** منظور ویراسـتارها از بازگو کـردن یا تعریف، همین چکیده‌ی روایی اسـت. چکیده‌ی روایی ابزاری دقیـق و کارآمد برای انتقال مقادیر زیادی اطلاعات به خواننده اسـت؛ به‌طوری که داده‌ها، بـدون برانگیختن حواس او، مستقیماً به هسته‌ی ادراکی مغزش ارسال شوند.

در این قسمت هفت ابزاری را که پیش‌تر نام بردیم تحلیل می‌کنیم و نشان‌تان می‌دهیم که چطور می‌توانید آن‌ها را، در پایین‌ترین سـطح پیچیدگی پی‌رنگ، به‌شکلی مؤثر در کنار هم به‌کار ببرید تا مانند یک داسـتان‌نویس خبره، داسـتان خود را نمایش دهید و بازگو کنید.

کنش داستانی

کنش (داسـتانی) همان چیزی است که همین حالا، لحظه‌به‌لحظه، در حال وقوع است. کنـش هیچ‌وقت چیزی را خلاصه نمی‌کند، بلکه آن را نشـان می‌دهد. نویسـنده‌های تازه‌کار اکثراً فکر می‌کنند کنش یعنی اتفاقات بزرگی که با شـتاب زیادی رخ می‌دهند؛ مثلاً تعقیب اتومبیل‌ها، تیراندازی یا هلیکوپترهایی که منفجر می‌شوند. اگرچه این موارد ممکن اسـت گاهی قسـمت‌های مهمی از کنش را در یک صحنه تشکیل دهند، آن‌ها به‌ندرت بیشترین اهمیت را برای خواننده دارند. کنش معمولاً همان حرکات و رفتارهای عادی و روزمره‌ی شخصیت‌هاست. چیزهایی مثل مردی که دست همسرش را می‌گیرد، دختربچه‌ای که سگی را نوازش می‌کند، یا برگی که از درخت می‌افتد، کنش به حساب می‌آیند و هر یک از آن‌ها برای شـخصیت داسـتان شما (و در نتیجه برای خواننده) بار احساسی خاصی به همراه دارد.



کنش تنها زمانی اهمیت می‌یابد که شخصیت یا خواننده به آن اهمیت دهد. هلیکوپتر بدون سرنشـــینی که منفجر می‌شود، یعنی هیچ. اما هلیکوپتری که هنگام انفجار، دختر ۳ ساله‌ی شما در آن نشسته باشد، یعنی همه چیز. هیچ وقت کنشی را نشان ندهید که برای هیچ‌کدام از شخصیت‌ها معنی خاصی نداشته باشد.

به این دو بند کنشـــی دقت کنید. در صحنه حرکت چندانی به چشـــم نمی‌خورد، اما هر کنش مفهوم خاصی دارد:

> ویراستار مشاور، با دیدن شما که به‌سمت میز او می‌روید لبخند می‌زند. او دارد با تلفن همراهش حرف می‌زند، اما صندلی‌ای را که در سوی دیگر میز قرار دارد به شما تعارف می‌کند، سپس ساعت مچی‌اش را نشان می‌دهد و انگشت اشاره‌اش را بالا می‌آورد؛ یعنی یک دقیقه صبر کنید.
>
> شـــما در صندلی رها می‌شـــوید و از اینکه تا زمانی‌که او تلفنش را تمام می‌کند، کمی وقت اضافه برای جمع و جور کردن خودتان دارید، خوشـــحال هســـتید. از داخل پوشـــه‌ی چرمی‌تان، آخرین نســـخه‌ی خلاصه‌ی داستان و شخصیت‌های نمونه‌ی رمان‌تان را بیرون می‌کشید؛ رمانی که دنباله‌ی داستانی است که همین ویراستار پارسال از شما خرید.

ببینید که این دو بند چه تفاوت‌های اساســـی‌ای با هم دارند. اولین بند روی ویراســـتار تمرکز می‌کند. خواننده‌ها او را از بیرون می‌بینند، زیرا او شـــخصیت مُشرف این صحنه نیست. خواننده نمی‌تواند ذهن او را بخواند، اما می‌تواند از روی حرکات بدن و حالت‌های صورتش (راه‌های ارتباطی غیرکلامی) به بســـیاری از افکار و احساسات درونی‌اش پی ببرد. بند دوم بر شـــخصیت مُشرف تمرکز دارد و در آن، هم حرکات بیرونی نشان داده شده‌اند و هم افکار و احساسات.

حـــالا بیایید ببینیم از چند جمله‌ای که در مثال بالا درباره‌ی حرکات و رفتار ویراســـتار نوشته شد، به چه چیزهایی می‌توان پی برد:

- ✓ لبخند زد، که یعنی از دیدن شما خوشحال است.
- ✓ داشت با تلفن حرف می‌زد، که این یعنی سرش شلوغ است.
- ✓ به شما تعارف کرد که بنشینید؛ این حاکی از حالت پذیرای اوست و تأکیدی است بر این نکته که او از دیدن شما خوشحال شده است.
- ✓ به ســـاعتش اشاره کرد که این نشانه‌ی آگاهی‌اش از زمان است و بر این موضوع صحه می‌گذارد که او می‌داند که دارد وقت ملاقات شما را هدر می‌دهد.
- ✓ یک انگشتش را بالا گرفت. در زندگی واقعی، این حرکت یعنی او از شما می‌خواهد

> یک دقیقه صبر کنید. متن بالا، با مورب نوشـــتن عبارت *یک دقیقه صبر کنید* بر این موضوع تأکید مضاعف کرده است.

تمام این‌ها با هم ترکیب می‌شوند تا یک پیام ساده را به شما برسانند. ویراستار از دیدن شما خوشحال شده، اما سرش شلوغ است. بهتر است نمونه داستان خوبی برایش آورده باشید، وگرنه ظرف ۱۵ دقیقه ممکن است دیگر خوشحال نباشد.

حرکات و رفتار شـــخصیت مُشرف نیز داســـتانی غیرکلامی تعریف می‌کنند؛ حالت رها شدن‌تان در صندلی یعنی خسته هستید، اما اینکه از داخل پوشه نمونه کار را درمی‌آورید، یعنی آمادگی قبلی دارید. هنگام نشـــان دادن حرکات و کنش‌های شـــخصیت مُشرف، گنجاندن افکار یا احساسات او هم کار متداولی است. زیرا از این طریق خواننده بیشتر در قالب شخصیت فرو می‌رود. مثالی که در بالا ذکر کردیم به این فکر شما اشاره می‌کند که شـــما از اینکه کمی زمان اضافه برای آماده شدن در اختیار دارید خوشحال شده‌اید. برای دانســـتن نکاتی بیشـــتر درباره‌ی راه‌های ترکیب این نوع اطلاعات، قسمت‌های "احساسات درونی" و "تک‌گویی درونی" را در صفحات بعدی مطالعه کنید.



در داســـتان هم، مانند زندگی واقعی، قدرت عمل از حرف بیشتر است. اگر مفهوم رفتار شخصیت با گفتار او یکی نباشد، خواننده همیشه رفتار او را باور خواهد کرد.

دوره‌ی آموزشـــی آن‌لاین دکتر مارجـــی لاوســـن (Margie Lawson)، تحت عنوان *Empowering Characters' Emotions* که در آدرس اینترنتی www.margielawson.com موجود است در مورد با استفاده از اعمال برای برقراری ارتباط غیر کلامی بیشتر توضیح می‌دهد.

بســـیاری از رمان‌ها در نمایش دادن حرکات و رفتار شـــخصیت‌ها بســـیار خوب عمل کرده‌اند. مثال‌هایی از این رمان‌ها عبارت‌اند از: *شـــاهین مالت*، نوشـــته‌ی دَشیـــــل هَمِـــــت؛ *جاسوسی که از سردسیر آمد*، نوشته‌ی جان لو کاره؛ *آتش می‌میرد*، نوشته‌ی اس. اِم. استرلینگ؛ و *خدای رودخانه*، نوشته‌ی ویلبر اسمیت.

گفت‌وگو

گفت‌وگو به واژه‌هایی که شخصیت داستان شما آن‌ها را با صدای بلند ادا می‌کند اشاره دارد. حتی اگر شـــخصیت تنها باشد، در صورتی‌که با صدای بلند حرف بزند، حرف‌های او گفت‌وگو به حســـاب می‌آیند. نویسنده‌ها بین *گفت‌وگوی مستقیم* (نقل قول دقیق از شخصیت)، *گفت‌وگوی غیرمستقیم* (ارائه‌ی کلیت صحبت‌های شخصیت) و *خلاصه‌ی گفت‌وگو* (ارائه‌ی خلاصه‌ای از یـــک مکالمه‌ی کامل در قالب چکیده‌ی روایی) تفاوت قائل می‌شوند. وقتی از واژه‌ی "گفت‌وگو" استفاده می‌کنیم، منظورمان یکی از دو نوع گفت‌وگوی مستقیم یا غیرمستقیم است که در نشان دادن استفاده می‌شوند. خلاصه‌ی

گفت‌وگو برای تعریف یا بازگو کردن به‌کار می‌رود.

این‌ها برخی از قواعد گفت‌وگوهای نمایش دهنده هستند:

✓ **گفت‌وگوی مستقیم را واژه به واژه و داخل علامت نقل قول ذکر کنید.** حرف‌های گوینده را خلاصه نکنید. آن‌ها را کلمه‌به‌کلمه نشان دهید:

اسکارلت گفت: "راستش را بگو اَشلی ویلکس، نمی‌خواهم دروغ بشنوم!" و بعد ادامه داد: "به‌نظرت من خوشگلم؟"

✓ **گفت‌وگوی غیرمستقیم را تقریباً واژه به واژه بنویسید و برای آن از علامت نقل قول استفاده نکنید.** در اینجا کمی خلاصه کردن رواست، اما باید حرف‌ها را به یک شخصیت خاص نسبت دهید:

اسکارلت پرسید که آیا اَشلی او را زیبا می‌پندارد.

✓ **برای نشان دادن گوینده از برچسب استفاده کنید.** شما می‌توانید با استفاده از برچسب "او گفت" و یا از طریق برچسب رفتاری، که به شخصیت اشاره می‌کند و او را در حال انجام کاری نشان می‌دهد، گوینده‌ی جملات را نشان دهید. اگر معلوم است که گوینده کیست، می‌توانید برچسب را اصلاً به‌کار نبرید. اما هرگز اجازه ندهید خواننده درباره‌ی گوینده‌ی جملات گیج شود (و در عین‌حال از تکرار بیش از حد اسامی شخصیت‌ها پرهیز کنید).



از برچسب‌های تشریفاتی و تصنعی استفاده نکنید؛ مثلاً "او توضیح داد" و یا "او عتاب کرد". برچسبی ساده مانند "او گفت"، یا "او پرسید" تقریباً در بستر متن به چشم نمی‌آید و به همین دلیل مناسب است. سعی کنید تا جایی که می‌توانید از به‌کار بردن قید حالت در برچسب‌ها دوری کنید؛ نگویید "او باحالتی عتاب‌آمیز گفت" یا "او به‌شکلی کنایه‌آمیز گفت". عتاب‌آمیز بودن یا نیش و کنایه زدن شخصیت داستان، باید از حرف‌هایش مشخص شود.

✓ **گفت‌وگوهای هر شخصیت را در بندی جدا بیاورید.** برچسب هر گفت‌وگو را در بندی که آن گفت‌وگو قرار دارد ذکر کنید، حتی اگر برچسب رفتاری باشد.

حالا به سه بند گفت‌وگو در مثال معروف ما توجه کنید. در این بندها گفت‌وگوهای شخصیت‌های مختلف گنجانده شده‌اند:

ویراستار تلفنش را کنار می‌گذارد. "بسیار خب! امروز برام چی آوردید؟"، سپس به جلو خم می‌شود و دستش را دراز می‌کند تا دست‌نوشته‌ی شما را بگیرد.

شما کاغذها را روی میز به جلو هل می‌دهید. "این هم یک رمان رمزآلود ماوراءالطبیعی. قهرمان ما – همان راننده اتوبوس – توسط عوامل کره‌ی

شمالی ربوده می‌شــود. آن‌ها تلاش می‌کنند مجبورش کنند تاریخ حمله‌ی آتی استعمارطلبان آمریکایی را به آن‌ها بگوید."

"ای دزد ادبی!" این صدای فریادی اســت که از پشت سرتان می‌آید. "تو ایده‌ی مرا دزدیدی!"

جبهه‌های مخالف: یادتان باشد که گفت‌وگو یک نوع جنگ است!



گفت‌وگو یعنی جنگ! هر گفت‌وگو باید کشمکشی کنترل‌شده بین – حداقل – دو شخصیت با مقاصد مختلف باشــد. هدف اصلی گفت‌وگو پیش بردن کشمکش‌های داستان است.

شما نمی‌توانید بدون ایجاد برخوردی واقعی بین دو جبهه‌ی مخالف جنگ را آغاز کنید. در دو بند اول مثال بالا، شــما و ویراســتار هدف‌های مشابه به هم دارید: هر دوی شما می‌خواهید درباره‌ی دست‌نوشته‌ی شما حرف بزنید. خواننده در اینجا به‌دنبال کشمکش می‌گردد، آن را پیدا نمی‌کند و از خود می‌پرســد که کشمکش کی قرار است آغاز شود. کشــمکش تنها زمانی آغاز می‌شود که شخصیت سوم وارد صحنه می‌شود. مقاصد این شــخصیت با مقاصد شما و ویراستارتان کاملاً متفاوت است. شخصیت جدید می‌خواهد یک نفر را بیچاره کند؛ در واقع درستش این است که می‌خواهد شما را بیچاره کند. حالا کشمکش ایجاد شده است.

ما در مثال‌مان کشــمکش را آشــکارا نشــان دادیم. اما مادامی‌که شخصیت‌ها اهدافی متفاوت داشــته باشند، کشمکش می‌تواند زیر لایه‌ای از ادب هم پنهان باشد. (در فصل ۹ درباره‌ی اهمیت هدف‌دار بودن صحنه‌های کنشی صحبت کردیم.) مثلاً در صحنه‌ی مشــهوری که در اواخر رمان *غرور و تعصب* اتفاق می‌افتــد، بانو کاترین دو بُرگ وارد منزل لیزی بِــنــت می‌شود. بانو دو بُرگ می‌خواهد از لیزی بشنود که او قرار نیست با خواهرزاده‌اش، آقای دارســی، عروسی کند. لیزی امید چندانی به ازدواج با دارسی ندارد. اما او از این پیرزن نفرت دارد و به همین دلیل از اطمینان دادن به او خودداری می‌کند. هدف لیزی این اســت که عزت نفسش را حفظ کند. گفت‌وگوی بین این دو زن بسیار خشم‌آلود و در عین‌حال رسمی و مؤدبانه است. لیزی پیوسته منطق بانو دو بُرگ را علیه خود او به‌کار می‌برد. کشمکش در این صحنه از تفاوت عمده‌ی هدف‌ها ناشی می‌شود.

بر هم زدن تعادل گفت‌وگوها



وقتی خواننده بداند که شخصیت‌ها قرار است چه بگویند، کشمکش چندانی نمی‌تواند اتفاق بیفتد. اما وقتی شــخصیت‌ها یکدیگر (و خواننده) را غافلگیر کنند، آنگاه پی‌رنگ شکوفا می‌شود.

در مثال ما، قبل از ورود شخصیت سوم، گفت‌وگو متعادل و حتی بی‌مزه به‌نظر می‌رسد.

برای بر هم زدن تعادل گفت‌وگوها چند راه وجود دارد. شما می‌توانید برای این کار از موارد زیر استفاده کنید:

- ✓ شخصیت‌های جدید
- ✓ حقایق تازه
- ✓ رویدادهای جدید

ممکن است یکی از شخصیت‌های شما متوجه ناسازگاری ارزش‌های شخصی‌اش شود و مجبور شود تصمیم دشوار و غیرقابل پیش‌بینی‌ای بگیرد. (در فصل ۷ به اهمیت ناسازگاری ارزش‌های درونی شخصیت‌ها پرداختیم.) هر یک از این موارد سبب بر هم خوردن تعادل گفتگو و اشتیاق خواننده می‌شود.

بیانی خاص برای هر شخصیت



بیان یعنی شکل به‌خصوصی که هر شخصیت واژه‌ها را کنار هم می‌چیند تا با آن‌ها اندیشه یا سخنی منطقی را ابراز کند. هاک فین بیان قوی و منحصر به فردی دارد؛ اسکارلت اوهارا و آلبس دامبلدور هم همین‌طور. در داستان‌نویسی، بیان شخصیت‌ها برای تعیین مخاطب و آشکار کردن شخصیت‌ها اهمیت زیادی دارد. ابزار اصلی شما برای نشان دادن، بیان، گفت‌وگو و تک‌گویی درونی هستند که آن‌ها را ادامه‌ی این فصل توضیح خواهیم داد. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی بیان به فصل ۱۲ بروید.)

رمان‌های بسیاری وجود دارند که گفت‌وگوهای بسیار خوبی در آن‌ها نوشته شده است. غرور و تعصب، نوشته‌ی جین آستن؛ برگزیده، نوشته‌ی چاییم پوتوک؛ و بازی اِندِر، نوشته‌ی اورسن اسکات کاردز نمونه‌هایی از این رمان‌ها هستند.

برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی گفت‌وگوهای داستانی، می‌توانید کتاب *Self-Editing for Fiction Writers* به قلم Rennie Brown و Dave King (انتشارات Harper) را مطالعه کنید. کتاب Stein on writing، به قلم Sol Stein (انتشارات St. Martin's Griffin)، درباره‌ی خلق کشمکش‌های شدید در گفت‌وگو، از طریق ایجاد تفاوت در نگرش شخصیت‌ها توضیح می‌دهد.

Brandilyn Collins در کتاب Getting into Character درباره‌ی روش غیرمستقیم گنجاندن کشمکش‌های ظریف در گفت‌وگوها توضیح می‌دهد.

احساسات درونی

احساسات درونی اشاره به حس‌های روانی باطنی‌ای دارند که در اثر هجوم عواطف قوی

به شـــما دست می‌دهد. بازگو کردن احساسات شخصیت‌ها در داستان امری رایج است. مثلاً شـــما می‌توانید به خواننده بگویید که فرودو ترســـیده است. اما این یک چکیده‌ی روایی اســـت، نه احســـاس درونی. اگر بخواهید ترس فرودو را نشان دهید، باید کاری کنید که خواننده نیز بالا رفتن ضربان قلب، تعریق و یخ کردن کف دســـت‌ها و مور مور شـــدن پس سر فرودو را تجربه کند. به این می‌گویند احساسات درونی (اینکه حس‌های فیزیولوژیک، ترس را به نمایش بگذارند).

شما از احساسات درونی فقط برای شخصیت مُشرف استفاده می‌کنید. شخصیت مُشرف کسی است که شما قادرید درونش حلول کنید. خواننده‌ی شما داستان را برای تجربه‌ی یک حس قوی می‌خواند. با نشـــان دادن احساسات درونی، شما شانس بزرگی دارید که آن حسی را که خواننده مدت‌ها از پی‌اش می‌دویده به او اعطا کنید.

در بند بعدی، مثالی از احساســـات درونی را خواهید دیـــد که در پی آن یک تک‌گویی درونی (که آن را هم در این قسمت توضیح خواهیم داد) و سپس کنش یا عمل داستانی به‌کار رفته اســـت؛ همه‌ی این موارد هم روی شخصیت مُشرف صحنه تمرکز یافته‌اند. احساس درونی همان اولین جمله‌ی این بند است:

> گلوله‌ی مذابی از آدرنالین در دلتان می‌جوشد. آن صدا. شما آن صدا را می‌شناسید. اما از کجا؟ سرتان را برمی‌گردانید تا او را ببینید.



نشان دادن یک حس خاص به خواننده، از تعریف کردن آن برای او بسیار مؤثرتر است. بازگویی احساس، زمانی اتفاق می‌افتد که آن را نام می‌برید. اما زمانی‌که به واکنش‌های فیزیولوژیک شـــخصیت‌ها به تنش‌های شدید آنی اشاره می‌کنید، دارید احساس درونی آن‌ها را نشان می‌دهید.

مدام از خود بپرســـید "شخصیت داســـتان من چه حالی دارد؟ شخصیت داستان من چه احساســـی دارد؟" اگر بتوانید به این سؤالات با توصیفی فیزیولوژیک پاسخ دهید، آنگاه قادرید به‌شکلی کارآمد یک تجربه‌ی حسی قوی را به خواننده هدیه کنید.

مصرانه توصیه می‌کنیم که ســـراغی از دوره‌ی آموزشـــی اینترنتی دکتر مارجی لاوسن (Margie Lawson)، تحت عنـــوان Empowering Character Emotions (www.margielawson.com) بگیرید تا از طریق آن مطالعه‌ی کاملی در زمینه‌ی نشان دادن احساســـات درونی شخصیت‌ها از طریق واکنش‌های فیزیولوژیک داشته باشید. در ادامه چند نکته‌ی مفید را فهرست کرده‌ایم که ممکن است در شروع کار به شما کمک کنند:

- ✓ فقط احساســـات درونی شخصیت مُشـــرف را نشـــان دهید. اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شـــخص بی‌طرف می‌نویسید، آنگاه شخصیت مُشـــرفی ندارید و به تبع آن

نمی‌توانید از احساسات درونی استفاده کنید. اگر از یکی از زوایای دید دانای کل، یا جهنده می‌نویسید، آنگاه در یک صحنه‌ی واحد می‌توانید احساسات درونی چند شخصیت مختلف را نشان دهید. امتیازات استفاده از احساسات درونی را در قیاس با ضررهای ناشـــی از عدم همذات‌پنداری خواننده با شخصیت اصلی داستان‌تان به‌خوبی بسنجید.

- ✓ روی واکنش‌های فیزیولوژیک غیرارادی تمرکز کنید. چه اتفاقی برای دســت‌ها، پاها، شکم، گردن و صورت شخصیت می‌افتد؟ برای بازآفرینی این نوع احساسات از چه استعاره‌هایی می‌توانید بهره ببرید؟
- ✓ احســاس شــخصیت را اســم نبرید. به‌جای این کار – که به خواننده می‌گوید شخصیت چه احساسی دارد – حس‌ها را نمایش دهید.
- ✓ هرچه کمتر، بهتر. در اســتفاده از این ابزار زیاده‌روی نکنید. احســاس درونی را زمانی به‌کار ببرید که در یک لحظه‌ی خاص، به حسی واضح و شدید نیاز دارید.

ممکن اســت فکر کنید که در اصطلاح *احســاس درونی* حشو وجود دارد. مگر احساس همیشــه در درون نیســت؟ بله، البته که هست. اما شما همیشه برای نشان دادن آن به درون شخصیت‌ها ســفر نمی‌کنید. در اکثر مواقع درباره‌ی احساسات شخصیت‌ها حرف می‌زنید و با اســتفاده از چکیده‌ی روایی آن‌ها را بازگو می‌کنید. ما اصطلاح *احساســات درونــی* را فقط زمانی به‌کار می‌بریم که می‌خواهیم به مواقعی اشــاره کنیم که شــما مســتقیماً در قالب شخصیت فرو رفته‌اید تا واکنش‌های جسمانی او به احساسات‌اش را به نمایش بگذارید.



احساسات و عواطف اغلب در حرکات بدن و حالات چهره، آثار قابل مشاهده‌ای از خود برجای می‌گذارند. بنابراین راه‌هایی برای نشــان دادن احساســات دیگر شخصیت‌های حاضر در صحنه هم در اختیار شــما قــرار دارد (از طریق رفتار، وصف حال و مخصوصاً حالات چهره‌ی آن شخصیت).

تقریباً تمام رمان‌ها، برای نشــان دادن حس شــخصیت‌ها، از احساسات درونی استفاده می‌کنند. نمونه‌های محبوب ما عبارتند از: تمام مجموعه‌ی *هری پاتر*، نوشته‌ی جِــی. کِــی. رولینگ؛ *فرصت دیگری نیست*، نوشته‌ی هارلان کوبنِ؛ و *ستون‌های زمین*، نوشته‌ی کِـن فولِـت.

تک‌گویی درونی

تک‌گویــی درونی یعنی همان فکرهایی که در ســر شــخصیت داســتان می‌گذرند. نویسندگان، در این مورد هم – مانند گفت‌وگو – بین انواع مستقیم (بیان دقیق افکار)،

غیرمستقیم (بیان کلیت افکار) و *خلاصه‌ی تک‌گویی‌های درونی* تفاوت قائل می‌شوند. منظور ما از عبارت "تک‌گویی درونی"، نوع مستقیم یا غیرمستقیم تک‌گویی درونی است که هر دوی این‌گونه‌ها برای نشان دادن به‌کار می‌روند. خلاصه‌ی تک‌گویی درونی برای بازگو کردن استفاده می‌شود.

افکار نه‌تنها حامل اطلاعات هستند، بلکه در شکل‌گیری بینش خواننده نسبت به شخصیت‌ها نیز مؤثرند. افکار، یکی از دو ابزاری‌اند که به کمک آن‌ها می‌توانید بیان شخصیت (نحوه‌ی چینش واژه‌ها توسط او) را نشان دهید. ابزار دوم، گفت‌وگوست. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی بیان شخصیت، به فصل ۱۲ مراجعه کنید و کمی پیش‌تر، در همین فصل، قسمت "گفت‌وگو" را ببینید.)

تک‌گویی درونی هم، مانند احساسات درونی، فقط برای شخصیت مُشرف به‌کار می‌رود و برای شخصیت‌های دیگر کاربرد ندارد. به سه جمله‌ی میانی مثال زیر (که هر سه‌شان تک‌گویی درونی هستند) توجه کنید:

گلوله‌ی مذابی از آدرنالین در دلتان می‌جوشد. آن صدا. شما آن صدا را می‌شناسید. اما از کجا؟ سرتان را برمی‌گردانید تا او را ببینید.

تأکید می‌کنیم که برای اطلاعات بیشتر، خوب است سراغ فصل " تک‌گویی درونی" در کتاب *Self-Editing for Fiction Writers*، نوشته‌ی Rennie Browne و Dave King (انتشارات Harper) بروید.



اکنون به نکاتی در زمینه‌ی نحوه‌ی نوشتن تک‌گویی درونی توجه کنید:

- ✓ تک‌گویی درونی را فقط برای شخصیت مُشرف به‌کار ببرید. اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف می‌نویسید، شخصیت مُشرف ندارید. اگر از یکی از زوایای دید دانای کل یا جهنده می‌نویسید، آنگاه چند شخصیت مُشرف دارید.
- ✓ برای نوشتن تک‌گویی درونی مستقیم، در صورت مضارع بودن افکار، از فعل‌های مضارع استفاده کنید (حتی اگر اصل داستان را در زمان گذشته می‌نویسید). مثال: "جک با استفاده از دوربین دوچشمی‌اش ببر را بادقت نظاره کرد. *از این جانور متنفرم.*"
- ✓ از رسم‌الخط مورب فقط برای تک‌گویی درونی مستقیم استفاده کنید، نه نوع غیرمستقیم آن. امروزه بسیاری از نویسنده‌ها اصلاً – حتی برای تک‌گویی درونی مستقیم – از رسم‌الخط مورب استفاده نمی‌کنند. شما در انتخاب سبک نوشتاری خود نسبتاً آزادید، اما سعی کنید ثبات داشته باشید.
- ✓ هیچ نیازی ندارید عبارت "او فکر کرد" را در تک‌گویی درونی به‌کار ببرید. خواننده آن‌قدری باهوش هست که بداند شخصیت مُشرف دارد تک‌گویی درونی

را در ذهنش انجام می‌دهد.

- ✓ برای تک‌گویی درونی غیرمستقیم – حتی اگر اصل داستان را در زمان حال می‌نویسید – از فعل‌های ماضی استفاده کنید. مثال: "جک با دوربین دو چشمی‌اش بادقت ببر را نظاره کرد. او از آن جانور، که دخترش را کُشته بود، نفرت داشت."
- ✓ تک‌گویی درونی غیرمستقیم را زمانی به‌کار ببرید که می‌خواهید یک مطلب توضیحی ارائه دهید. در مثال قِبلی ما توضیحی درباره‌ی علت تنفر جک از ببر ذکر کرده‌ایم: ببر، دختر جک را کُشته بود. آدم‌های واقعی دلایل کارهایشان را برای خودشان توضیح نمی‌دهند، بنابراین چنین حالت توضیحی‌ای با تک‌گویی درونی مستقیم مناسبتی ندارد.
- ✓ با استفاده از تک‌گویی درونی به خواننده دروغ تحویل ندهید. شخصیت‌های شما باید، تا آنجا که می‌توانند، با خود روراست باشند. اگر با استفاده از تک‌گویی درونی خواننده را فریب بدهید، او به‌شدت خشمگین خواهد شد. اما اگر بدیهی باشد که شخصیت دارد خودش را گول می‌زند، خواننده ناراحت نمی‌شود.

این‌ها تعدادی از رمان‌هایی هستند که به‌خوبی از تک‌گویی درونی استفاده کرده‌اند: سرعت *تاریکی*، نوشته‌ی الیزابت مون؛ همسر *مسافر زمان*، نوشته‌ی آدری نیفنگر؛ و *دارا و ندار*، نوشته‌ی اروین شاو.

توصیف

توصیف در ذهن خواننده تصویری کلامی می‌سازد که به تصاویر فیلم‌ها شباهت زیادی دارد. به بند زیر، که توصیفی است از شخصیت جدیدی که می‌خواهد به شخصیت مُشرف حمله کند، توجه کنید:

موهای سیاهش بلند و چرب است. جای زخمی روی گونه‌ی چپش دارد که امتداد آن در خط ریش خاکستری و ژولیده‌اش گم می‌شود. کت چرم سیاهی به تن دارد که زنجیر استیلی به آن وصل است. در دست راستش یکی از آن چیزهای چوبی مخصوص ورزش‌های رزمی، تاب می‌خورد – نانچیکو؟ مردمک‌هایش به اندازه‌ی دو سکه گشاد شده‌اند و جریانی از عصاره‌ی تنباکو روی زبری ریش چانه‌اش روان است.



به نکاتی درباره‌ی توصیف توجه کنید:

- ✓ فقط چیزهایی را نشان دهید که شخصیت مُشرف می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشد یا لمس می‌کند. در حالت عادی، این یعنی شما نمی‌توانید خود شخصیت مُشرف را توصیف کنید، مگر اینکه او جلوی آیینه بایستد. اما اگر از زاویه‌ی دید

سوم‌شـــخص بی‌طرف، دانای کل یا جهنده استفاده‌کنید، آنگاه مجاز به توصیف هر یک از شخصیت‌ها که بخواهید، هستید.

- ✓ از اسم‌ها و فعل‌های قوی استفاده کنید. اگر دلتان می‌خواهد صفتی را به‌کار ببرید، از خود بپرســـید که آیا اسم بهتری هست که جای آن صفت را بگیرد یا خیر. اگر حس می‌کنید باید از یک قید اســـتفاده کنید، ببینید آیا قید جدی‌تری لازم است یا خیر.
- ✓ روی جزئیات ملموسی که چندین مورد از چیزهایی را که می‌خواهید نشان دهید شامل می‌شوند، تأکید کنید.
- ✓ توصیفات را از صافی ذهن و احساســـات شخصیت مُشرف (اگر چنین شخصیتی دارید) عبور دهید تا بیانش شکل بگیرد.
- ✓ توصیف شـــخصیت‌های غیرمُشرف را برای نشـــان دادن افکار و احساسات‌شان (بدون اســـتفاده از ابزارهای ارتباط کلامی) به‌کار ببریـــد. حرکات بدن، حالات چهره و لحن صدای آن‌ها همگی عواملی هستند که به بینش و درک خواننده از اندیشه‌ها و احساسات این شخصیت‌ها، گسترش می‌بخشند.

چشم‌انداز: استفاده از حواس شخصیت مُشرف

شما به‌عنوان یک رمان‌نویس باید زمانی‌که به توصیف می‌پردازید، مانند فیلمنامه‌نویس‌ها فکر کنید. اگر در صحنه‌ای که دارید می‌نویسید، فقط یک شخصیت مُشرف وجود دارد، فرض کنید که دوربینی به پیشـــانی او وصل شده است. حالا ببینید که این دوربین چه چیزهایی را نشـــان خواهد داد و فقط همان چیزها را توصیف کنید. شـــما اجازه ندارید چیزهایی را که شـــخصیت مُشـــرف نمی‌تواند ببیند، بشـــنود، ببوید، بچشد و لمس کند توصیف کنید.

می‌پرسید چرا چنین محدودیتی برایتان وجود دارد؟ زیرا با محدود کردن خود به حواس شـــخصیت مُشرف، این توهم را که خواننده و شخصیت مُشرف یک نفر هستند تقویت می‌کنید. محدود بودن شخصیت مُشرف، سبب می‌شود خواننده هم محدود شود.

بعضی از زوایای دید – سوم‌شـــخص بی‌طرف، دانای کل و جهنده – شـــما را به یک شـــخصیت مُشـــرف واحد، محدود نمی‌کنند. در این صورت، باز هم شما باید منطقه‌ی خاصی را به‌عنوان چشـــم‌انداز دوربین فیلمبرداری خیالی‌تان انتخـــاب کنید. با پراندن تصویر دوربین از جایی به جای دیگر، باعث سرگیجه‌ی خواننده‌ها خواهید شد.



در استفاده از توصیف صرفه‌جویی و از اشاره غیرضروری به شخصیت مُشرف خودداری کنید. مثال قبل می‌توانست به این صورت آغاز شود:

شما مردی را می‌بینید که موهای سیاهش بلند و چرب است...

واژه‌های اضافه‌ی "شما" و "می‌بینید" هیچ چیزی به صحنه اضافه نمی‌کنند و به همین دلیل هدر رفته حساب می‌شوند. خواننده می‌داند که در این لحظه درون ذهن شخصیت مُشـــرف قرار دارد و به همین دلیل لازم نیست به او بگویید که عمل دیدن را چه کسی انجام می‌دهد. فقط یک شـــخصیت است که ممکن اســـت در حال انجام عمل دیدن باشد. تقریباً هرگز نباید به خواننده بگویید که چه کسی در حال دیدن، بوییدن، شنیدن، چشیدن یا لمس کردن اســـت. هیچ‌کس هیچ‌وقت با خودش نمی‌اندیشد که "من دارم یک ببر را می‌بینم."، او صرفاً ببر را می‌بیند.

نگاهی به درون: رویکرد شخصیت نسبت به آنچه می‌بیند

رمان‌نویســـان امروزی خرده‌های توصیف را به کنش‌های داستانی، گفت‌وگو، عواطف درونی و تک‌گویی درونی می‌دوزند تا بافتی احساسی و بسیار شخصی بسازند. می‌گوییم شخصی زیرا این بافت نمایانگر حالت درونی شخصیت است، نه حالت حقیقی هستی.



توصیف خود را از صافی ذهن و احساس شخصیت مُشرف (در صورت وجود) بگذرانید و تنهـــا جزئیاتی را ذکـــر کنید که برای او اهمیت دارند (همان‌طور که در فصل ۶ – که درباره‌ی دنیای داســـتانی است – گفتیم). شـــخصیت برای توصیف آنچه می‌بیند از چه واژگانی اســـتفاده خواهد کرد؟ شـــما هم همان واژه‌ها را به‌کار ببریـــد. او چه قضاوت ارزشـــی‌ای را نسبت به دیده‌هایش روا می‌دارد؟ شما هم از واژگانی استفاده کنید که بار ارزشی قضاوت‌های او را انتقال دهند.

برای مثال، اگر جک دارد به ببری نگاه می‌کند که دخترش را کُشـــته است، چیزی که می‌بیند ممکن اســـت چنین باشد: "چشمان شوم ببر زیر نور مهتاب درخششی زرد رنگ داشتند." واژه‌ی شوم، قضاوت ارزشی جک از چیزی است که دارد می‌بیند. جک از این دستگاه کُشنده بیزار است. خواننده هم همین‌طور. نیازی هم نیست که این را به خواننده دیکته کنید.

اگر شـــخصیت مُشرف ندارید، آنگاه باید تصمیم بگیرید که توصیف‌ها را چطور از صافی عبور دهید. آیا آن‌ها را از صافی ذهن و احســـاس شخصیت محوری عبور خواهید داد؟ یا از صافی نویســـنده؟ یا یک راوی دانای کل؟ این روزها دخالت نویســـنده یا راوی در داستان چندان رایج نیست. پس پیش از تصمیم‌گیری خوب فکر کنید.

روی سطح: نمایاندن شخصیت‌ها به واسطه‌ی ظاهرشان

شما، به‌عنوان یک رمان‌نویس، نمی‌توانید مستقیماً وارد ذهن شخصیت‌های غیرمُشرف خود شـــوید تا افکار و احساسات‌شان را با استفاده از تک‌گویی‌های درونی یا بیان فکری

بازگو کنید. اما می‌توانید با استفاده از توصیف، آگاهی خواننده را از افکار و احساسات این دسته از شخصیت‌ها بالا ببرید؛ این صرف‌نظر از آگاهی‌ای است که توصیف می‌تواند نسبت به دیگر اطلاعات شخصیت‌های غیرمُشرف – اعم از پیشینه، الگوهای رفتاری فعلی، گونه‌ی شخصیتی و غیره – به خواننده بدهد.

مثلاً طرز لباس پوشیدن افراد اطلاعات زیادی را درباره‌ی آن‌ها آشکار می‌کند. اصلاح و رسیدگی‌های شخصی هم همین طورند. حالات چهره‌ی او نیز در شناساندن او به مخاطب، تأثیر مضاعفی دارند. بادقت به مثال نگاه کنید و ببینید خواننده‌ها چه چیزهایی درباره‌ی نویسنده‌ی کج‌خلقی که در همایش ادبی به شما حمله می‌کند می‌فهمند:

- ✓ موهای بلند و چرب و سیاه نشان از این دارند که او یا چندان به ظاهر اهمیت نمی‌دهد یا با این وضع می‌خواهد پیامی را منتقل کند.
- ✓ جای زخم نشان دهنده‌ی این است که این مرد در یک دعوا شرکت داشته است.
- ✓ خط ریش‌های ژولیده علناً نشان می‌دهند که او به ظاهرش اهمیتی نمی‌دهد و خاکستری بودن آن‌ها یعنی او در دهه‌ی پنجم عمرش به سر می‌برد.
- ✓ چرم سیاه و زنجیر، پیام‌های خاص خود را دارند. در اینجا بستری که توصیف در آن واقع شده مهم است: در همایش ادبی، جایی که اکثر نویسنده‌ها می‌کوشند حرفه‌ای و رسمی جلوه کنند، پیامی که این طرز لباس پوشیدن می‌فرستد کاملاً بدیهی و مشخص است.
- ✓ نانچیکوها مفهومی تهدیدآمیز دارند.
- ✓ گشادی مردمک‌ها حکایت از مصرف مواد مخدر و احتمال بالای خشونت دارد.
- ✓ جریان تنباکو یعنی این مرد اعتیاد شدیدی دارد.
- ✓ ریش زبر روی چانه‌اش داد می‌زند که او "غیرحرفه‌ای" است.

توجه داشته باشید که توصیف معمولاً با کلیشه‌ها همراه است. ما تصمیم گرفته‌ایم که هر کلیشه‌ی ممکنی را در اینجا برجسته کنیم. البته ما حق انتخاب داریم. مثلاً اگر به‌جای کت چرم و زنجیر استیل می‌نوشتیم کت و شلوار و جلیقه‌ی صورتی، با فرستادن پیامی نه‌چندان واضح، رسماً سبب گیجی خواننده می‌شدیم. شمای نویسنده باید تصمیم بگیرید که خواننده چه پیامی از متن دریافت کند (برای نکته‌هایی جهت پرهیز از کلیشه‌پردازی، به فصل ۷ مراجعه کنید).

پیشنهاد می‌کنیم در کتاب *Stein on Writing*، نوشته‌ی Sol Stein (انتشارات St. Martin's Griffin)، فصل "Particularity" را مطالعه کنید تا درباره‌ی توصیف بیشتر بیاموزید.

بعضی از نویسنده‌های توانمند در زمینه‌ی توصیف محیط‌های بیرونی عبارتند از: سِـــر آرتور کنان دویل (مجموعه‌ی شرلوک هلمز)، تام کلنسی (شکار اکتبر سرخ و دنباله‌های آن) و جیمز ســواین (*حس مزوّر* و دنباله‌های آن). تعــدادی از رمان‌هایی که در آن‌ها توصیف‌های خوبی از شــخصیت‌ها ارائه شــده عبارتند از: *خارجی* (دایانا گابالدون)، *پدر خوانده* (ماریو پوزو) و *داستان دو شهر* (چارلز دیکنز).

فلش‌بک

فلش‌بک ظرفی اســت که چیدمان صحنه‌ای در گذشته در آن جای می‌گیرد. فلش‌بک به‌صورت زنده نشــان می‌دهد که "آن موقع" چه اتفاقی افتاد. نشــان دادن وقایع زمان گذشــته از طریق فلش‌بک، با استفاده از همان شــیوه‌هایی انجام می‌شود که در سایر بخش‌های داســتان (کنش داستانی، گفت‌وگو، احساسات درونی، تک‌گویی‌های درونی و توصیف) به‌کار می‌روند. تنها چیز متفاوتی که در مورد فلش‌بک با آن مواجه هســتیم، وجود دو نقطه‌ی انتقالی در زمان – یکی در ابتدا و دیگری در انتهای آن – است.



فلش‌بک یک‌جور چکیده‌ی روایی نیســت. فلش‌بک یادآوری ایام قدیم توســط یک شخصیت هم نیست. برخلاف تعلیمات بعضی از شیوه‌های نویسندگی، فلش‌بک جنایتی علیه بشــریت نیســت. اگر از این ابزار بیش از حد استفاده نکنید، وجود آن گاهی بسیار مؤثر واقع می‌شود.

فلش‌بک را زمانی اســتفاده می‌کنید که نیاز دارید بخشی از پیشینه را با استفاده از تمام ابزارهای نمایشــی‌ای که در اختیار دارید (کنش داستانی، گفت‌وگو، احساسات درونی، تک‌گویی‌هــای درونی و توصیف) نشــان دهید (در فصل ۷ درباره‌ی پیشــینه و دلیل اهمیت آن توضیح کامل داده شده است). البته راه‌های دیگری هم برای انجام این کار وجــود دارد. مثلاً می‌توان از چکیده‌ی روایی اســتفاده کرد. می‌توان کاری کرد که یک شــخصیت در خلال گفت‌وگو، پیشینه‌ی شخصیت دیگر را از زیر زبان او بیرون بکشد. حتی می‌توان اجازه داد یکی از شخصیت‌ها به کمک شواهد مکشوفه – مثلاً یک آلبوم از بریده‌های روزنامه – پیشینه را آشکار کند.



بــرای اســتفاده از فلش‌بک به دلیل نیــاز دارید. خواننده به این فکــر می‌کند که اگر اطلاعات موجود در فلش‌بک این قدر مهم بود، چرا نویســنده تعریف داستان را از زمان وقوع رویدادهای فلش‌بک آغاز نکرده اســت؟ به‌وضوح در خلال داستان توضیح دهید که چرا این فلش‌بک اهمیت دارد. مثلاً اگر چیزی ۲۰ ســال قبل از آغاز این داستان رخ داده است، بهتر است آن را در فلش‌بک ذکر کنید به جای اینکه داستان تمام وقایع این ۲۰ سال را شرح دهید.



خواننده تا زمانی که شـخصیت برایش مهم نشده باشد، به پیشینه‌ی او اهمیتی نخواهد داد. بنابراین اسـتفاده از فلش‌بـک را به‌زمانی موکول کنید کـه خواننده به‌طور کامل در قالب شـخصیت مُشـرف فرو رفته باشـد. اما پس از اینکه همذات‌پنداری خواننده با شـخصیت مُشرف به حد کافی رسید، فلش‌بک ابزار بسـیار خوبی برای نشان دادن پیشینه‌ی او خواهد بود؛ البته به‌شرطی که در استفاده از آن اعتدال را رعایت کنید.

در ادامه مثالی را ذکر می‌کنیم که در آن چند بند به فلش‌بک اختصاص داده شده است. ببینید انتقال زمانی آغاز و پایان فلش‌بک به چه نحو انجام می‌شود. همچنین دقت کنید کـه در بند اولِ فلش‌بک، زمان فعل‌ها به گذشـته تغییر می‌کند. در جملاتی که بعد از فلش‌بک می‌آیند، زمان فعل‌ها به مضارع بازمی‌گردد:

عصاره‌ی تنباکو خاطره‌ای از همین همایش ادبی را به‌یاد می‌آورد؛ دقیقاً یک سال پیش. شـما زیر درختی قدم می‌زدید و هر پنج ثانیه یک بار به ساعت مچی‌تان نگاه می‌کردید و منتظر زمان ملاقات خود با یک ویراستار رده‌بالا بودید. نسخه‌ی نمونه‌ی فصل‌های رمان‌تان از شدت عرق دست‌تان نم کشیده بود.

"پسـر چقدر داغونی!"، این را کسـی در پشت سـرتان گفت. "لابد منتظر یه ویراستاری؟"

سرتان را برمی‌گردانید و مردی را می‌بینید که درست مثل کلیشه‌های همیشگی آدم‌خلاف‌های فیلم‌های آبکی اسـت. لبخند محوی بـه او می‌زنید: "آره، یکم استرس دارم."

"داسـتانت راجع‌به چیه؟" تفاله‌ی تنباکو را به‌سـمت ریشـه‌ی درختی که کنار شماست تف می‌کند.

بوی تند تنباکو باعث می‌شـود تن‌تان مور مور شـود. "دارم یک رمان رمزآلود می‌نویسم. درباره‌ی راننده اتوبوسیه که خواب می‌بینه قراره به شهربازی دیزنی‌لند حمله بشه، درست همون‌طوری که قبل از ۱۱ سپتامبر خواب دیده بود."

چشم‌هایش برق می‌زنند. "جدی؟ پسر، اینا عین خواباییه که من تازگی‌ها می‌بینم. تو داستانت راجع به کره‌ی شـمالی هم نوشتی؟ و عوامل اِی تی اِف (ATF) ؟"

"اِی تـی اِف؟" می‌دانید که این حـروف اختصاری را قبلاً یک جایی دیده‌اید اما ذهن‌تان الان درست کار نمی‌کند.

"الکل، تنباکو، فشفشـه! منظورم از فشفشه، سـلاح گرمه." دوباره تف می‌کند. "مواظب باش رفیق. اونا اینجا توی همایش هم هستن. بپا گذاشتن. الان سرت رو بر نگردون، اما اون بالا توی بالکن، یکی داره با دوربین زاغ سیاه ما رو چوب می‌زنه."

شـما برمی‌گردید و نگاه می‌کنید. مأموری روی بالکن نمی‌بینید. وقتی سـرتان

را برمی‌گردانید می‌بینید دوســت جدیدتان غیب شــده است. انگار دود شده و به هوا رفته. اصلاً آیا او وجود داشــت؟ تنها چیزی که این موضوع را ثابت می‌کند عصاره‌ی تنباکویی است که پای درخت ریخته.

حالا پس از یک ســال، او برگشــته و به‌چالاکی یک گربه به‌سوی شما می‌آید، نانچیکوهایش را در هوا تاب می‌دهد و چهره‌اش را باخشم در هم کشیده است.

قسمت سخت فلش‌بک، لحظه‌ی آغاز و پایان آن است. هدف شما این است که انتقال تمیزی در زمان انجام دهید.

ورود به فلش‌بک

برای وارد شدن به فلش‌بک، شما باید سه کار را به‌ترتیب انجام دهید:

۱.آشکارا به خاطره‌ی مربوطه اشاره کنید.

در مثال ما این کار توســط جمله‌ی "عصاره‌ی تنباکو خاطره‌ای از همین همایش ادبی را به‌یاد می‌آورد؛ دقیقاً یک ســال پیش." انجام می‌شــود. توجه کنید که ما از (عصاره‌ی تنباکو) به‌عنوان ابزاری حســی، در هر دو طرف فلش‌بک اســتفاده کرده‌ایم که این کار، یکی از فنون رایج است.

۲.صحنه‌ی جدید را درســت مثــل یک صحنه‌ی عادی آغــاز کنید، اما زمان فعل‌های آن را متفاوت با زمان فعل‌های بقیه‌ی متن انتخاب کنید.

در مثال ما، صحنه‌ی جدید بلافاصله با این جمله آغاز می‌شود: "شما زیر درختی قدم می‌زدید و هر پنج ثانیه یک‌بار به ســاعت مچی‌تان نگاه می‌کردید و منتظر زمــان ملاقات خود با یک ویراســتار رده‌بالا بودید." این هم همان شــخصیت مُشرف صحنه‌ی قبل است، اما اکنون موقتاً – به‌جای فعل‌های مضارع صحنه‌ی اصلی – از فعل‌های ماضی استفاده می‌شود.

۳.پس از اینکه انتقال زمانی به گذشته را انجام دادید، به زمان اصلی داستان برگردید.

اگر زمان فعل‌های صحنه‌ی اصلی ماضی بوده باشد، این کار مانع می‌شود که به اجبار در تمام مدت فلش‌بک از فعل‌های ماضی بعید استفاده کنید.

ایــن تمام چیزی بود که باید درباره‌ی ورود به فلش‌بک بدانید. حالا فلش‌بک را تا پایان آن ادامه دهید.



بازگشت به داستان اصلی

برای خروج از فلش‌بک، مراحل مربوط به ورود به آن را برعکس انجام دهید.

۱.اگر امکانش هست، به ابزار حسی‌ای که در ورود به فلش‌بک به‌کار بردید برگردید.

در مثال ما، ابزار حسی در این جمله دوباره به‌کار رفت: "تنها چیزی که این موضوع را ثابت می‌کند عصاره‌ی تنباکویی است که پای درخت ریخته."

۲.با یک اشاره‌ی زمانی، خواننده را به زمان حال برگردانید.

در مثال ما، این انتقال زمانی با این عبارات انجام می‌شود: "حالا پس از یک سال، او برگشته و به چالاکی یک گربه به‌سوی شما می‌آید، نانچیکوهایش را در هوا تاب می‌دهد و چهره‌اش را با خشم در هم کشیده است."

حالا شما کاملاً به زمان حال – که آن را موقتاً ترک کرده بودید – برگشته‌اید و آماده‌اید که صحنه را جلو ببرید و آن را کامل کنید.



فلش‌بک راه خوبی برای بیان تکه‌های بزرگی از پیشینه‌ی شخصیت‌هاست. سعی کنید در گذار زمانی خود خلاقیت به خرج دهید. در مجموعه‌ی *هری پاتر* از قدح اندیشه – ظرفی جادویی که خاطره‌ها در آن ثبت می‌شوند – برای انتقال خاطرات پروفسور دامبلدور و اسنیپ به هری پاتر استفاده می‌شود. هر سرک کشیدنی به داخل این قدح یک فلش‌بک است که آگاهی هری پاتر را نسبت به مسائل مهم دنیای اطرافش افزایش می‌دهد؛ جهانی که او برای به خاطر سپردن‌اش خیلی جوان است.

Sol Stein فصل کاملی از کتاب *Stein on Writing* (انتشارات St. Martin's Griffin)، را به فلش‌بک اختصاص می‌دهد.

توصیه‌ی ما به شما این است که در استفاده از فلش‌بک – خصوصاً در اوایل داستان – احتیاط کنید. بعضی از رمان‌هایی که فلش‌بک در آن‌ها نقش مهمی دارد عبارت‌اند از: *مردی از سن پترز بورگ*، نوشته‌ی کِن فولِت و *هری پاتر و چاله‌های مرگبار*، به قلم جِی کِی رولینگ. هر دوی این کتاب‌ها استفاده از فلش‌بک را تا جایی که ممکن است به تعویق انداخته‌اند تا مطمئن شوند که پیش از این کار، خواننده به‌خوبی در دنیای داستانی وارد شده است.

چکیده‌ی روایی و دیگر گونه‌های تعریف

چکیده‌ی روایی، شـرح و توصیف خارجی، ابزاری هستند که بیشتر برای تعریف و بازگو کردن بخشی از داستان به‌کار می‌روند تا نشان دادن آن. به مقایسه‌ای از این ابزار نگاه کنید:

- ✓ **چکیده‌ی روایی:** چکیده‌ی *روایی* یعنی بازگو کردن بخشی از داستان به‌وسیله‌ی خلاصه کردن وقایعی که در بازه‌ی زمانی خاصی اتفاق افتاده است. در چکیده‌ی روایی، نویسنده به نشان دادن لحظه‌به‌لحظه‌ی وقایع نمی‌پردازد. شما می‌توانید از چکیده‌ی روایی برای خلاصه کردن کنش داستانی، گفت‌وگوها، افکار، احساسات و توصیف‌ها استفاده کنید. به مثالی از چکیده‌ی روایی توجه کنید:

  "جرج اسـمایلی، شـش مایل زیر مه لندن پیاده‌روی کرد و به این فکر کرد که چطور می‌تواند دشمن بزرگش، کارلا، را به دام بیندازد"

- ✓ **شرح:** نویسنده‌ها بین چکیده‌ی روایی و شرح، که توضیح بعضی از حقایق است، تمایز قائل‌اند. به مثالی توجه کنید:

  "کارلا رییس مزور دفتر مرکزی کا.گ.ب در مسـکو بـود؛ مردی که با تطمیع همکار اسمایلی، بیل هِـیدِن، از او یک جاسوس دوجانبه ساخته بود."

- ✓ **توصیف خارجی:** نویسندگان، *توصیف خارجی* را ابزاری متفاوت با چکیده‌ی روایی می‌دانند. توصیف خارجی، توصیف صحنه، شـخص، یا چیزی است که از بیرون از ذهن شخصیت‌ها دیده می‌شوند. به یک مثال دقت کنید:

  "نور ساطع از یک تیر چراغ برق در میان مه غلیظ خیابانی دور افتاده در حومه‌ی لندن می‌درخشید."

از آنجا که اشاره‌ی مدام به تک‌تک این ابزارها می‌تواند اعصاب خرد کن باشد، ما اغلب از عبارت کلی‌تر چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنیم. اما ممکن است اشاره‌ی اصلی‌مان به یکی یا تمام موارد بالا باشد.

یکی از موارد مهمی که باید در مورد چکیده‌ی روایی به یاد داشـته باشید این است که قانون "نشـان بده، اما بازگو نکن" را زیر پا می‌گذارد. آخر چرا شـما باید چنین کاری کنید؟ مگر نشـان دادن وقایع کلید طلایی اهدای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده (از طریق قرار دادن او در قالب شخصیت مُشرف) نبود؟



چکیده‌ی روایی چه سـودی برای شما دارد که استفاده از آن را توجیه می‌کند؟ به چند پاسخ نگاه کنید:

- ✓ چکیده‌ی روایی راه سـریع و کارآمدی برای انتقال اطلاعات و عقاید است. شما که واقعاً نمی‌خواهید همه‌ی جزئیات زندگی شخصیت‌ها را نشان خواننده بدهید؛

ترجیح‌تان این است که مواردی را که داستان را به پیش نمی‌برند به‌صورت فشرده بیان کنید تا قادر باشید روی چیزهایی تمرکز کنید که در ادامه‌ی روند داستان تأثیر مهمی دارند. چکیده‌ی روایی به شما اجازه می‌دهد زمان (و فضای) قابل توجهی را با سرعت پوشش دهید و در این حین توالی بلندی از رویدادها را خلاصه کنید. چکیده‌ی روایی باعث می‌شود مسائلی که نشان دادن‌شان کسل کننده است، به‌چابکی و سادگی بیان شوند.

✓ شما باید به سرعت و آهنگ نوشتارتان تنوع بدهید. چکیده‌ی روایی – پس از صحنه‌ای سنگین و پر افت و خیز – به خواننده اجازه می‌دهد استراحت کند.

مثال ما شامل دو بند چکیده‌ی روایی است که مانند پلی ما را از داستانی هیچ‌گرا عبور می‌دهد و به‌جایی می‌برد که در آن می‌توانیم به بحث درباره‌ی ابزارهای اصلی خلق صحنه‌های داستانی بپردازیم. در ادامه بندهای واپسین صحنه‌ای را که در طول این فصل خلق کرده‌ایم، خواهید خواند. هر دوی این بندها چکیده‌ی روایی هستند:

با نزدیک شدن او، متوجه می‌شوید که شما عملاً همه‌ی ابزارهای اصلی‌ای را که نویسنده برای "نشان دادن" یک صحنه به‌کار می‌برد تجربه کرده‌اید. کارتان با کمی کنش آغاز شد، بعد گفت‌وگو داشتید، احساسات و تک‌گویی درونی را تجربه کردید و به توصیف نیز پرداختید. سپس در زمان سفر کردید و وارد یک فلش‌بک شدید و بعد از آن خارج شدید. بالاخره وقت آن رسیده است که با استفاده از چکیده‌ی روایی، اندکی صحنه را خلاصه کنید.

در همین اثنا که نانچیکوها به طرف سرتان پرواز می‌کنند، با خود فکر می‌کنید که تنها نویسندگان واقعی، در آستانه‌ی کتک خوردن از یک آدم خلاف‌کار، زندگی واقعی خود را در قالب اصول داستان‌نویسی تحلیل می‌کنند. مثل اینکه شما یک نویسنده‌ی واقعی هستید.



در ادامه تعدادی از نکات مفید برای نوشتن چکیده‌ی روایی را فهرست کرده‌ایم:

✓ **اختصار را رعایت کنید.** هرچه چکیده‌ی روایی کوتاه‌تر باشد، خواننده رضایت بیشتری خواهد داشت. خواننده به‌دنبال حقایق نیست. او می‌خواهد از خواندن داستان یک تجربه‌ی احساسی داشته باشد. پس همان چیزی را به او بدهید که به خاطرش کتاب را خریده است.

✓ **از اطلاعات جالب استفاده کنید.** اگر می‌خواهید خواننده به‌خوبی در چکیده‌ی روایی شما تأمل کند، سعی کنید آن را به جالب‌ترین شکل ممکن بنویسید. مطالب عجیب یا غافلگیرکننده همیشه برای خواننده جالب‌اند. همچنین اطلاعات حیاتی‌ای که رازهای شخصیت‌ها و دنیای داستانی را توضیح می‌دهند بسیار مورد

توجه خوانندگان قرار می‌گیرند. جزئیات واضح و ملموس، تصاویر حسی‌ای خلق می‌کنند که مورد پسند مخاطب قرار خواهند گرفت.

✓ **بیانی شیوا داشته باشید.** اگر بتوانید واژه‌ها را طوری کنار هم بچینید که جملاتی گیرا، متفاوت و سرگرم‌کننده خلق شوند، خواننده با شما همراه خواهد شد.

✓ **اگر می‌توانید، زیبا بنویسید.** وقتی چکیده‌ی روایی به‌طرز خارق‌العاده‌ای زیبا باشد، خواننده‌ها از خواندن آن عذاب نمی‌کشند. نویسندگان رمان‌های ادبی نسبت به رمان‌نویس‌های بازاری، بیشتر از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنند؛ تنها دلیلی که باعث می‌شود استفاده‌ی مضاعف از این عنصر نوشتاری آثارشان را کسل‌کننده جلوه ندهد، نثر زیبای آن‌هاست. اما یادتان باشد که خیلی از خواننده‌ها – صرفاً به خاطر بی‌علاقگی نسبت به چکیده‌ی روایی – برای رمان‌های ادبی اهمیت چندانی قائل نیستند؛ فرقی هم نمی‌کند که نثر این رمان‌ها چقدر زیبا یا فوق‌العاده باشد.

معمولاً نویسندگان تازه کار، بیش از حد، از چکیده روایی استفاده می‌کنند. به همین دلیل است که ما مدام در این باره به شما هشدار می‌دهیم. اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده از طریق چکیده‌ی روایی واقعاً دشوار است. اکثر اوقات بهتر است روی مفهومی حسی تمرکز کنید و آن را با استفاده از کنش، گفت‌وگو، عواطف و تک‌گویی‌های درونی، توصیف و فلش‌بک به تصویر بکشید. اما چکیده‌ی روایی نیز به‌عنوان پلی که شکاف‌های زمانی یا مکانی را پر می‌کند، سودمند است. به کمک این عامل، می‌توانید به خواننده اطلاعات بدهید، عقاید خاصی را به او اعلام کنید، یا صرفاً در آهنگ نوشتار متن تنوعی بیافرینید. وقتی از چکیده‌ی روایی استفاده می‌کنید، سعی کنید بیشترین تأثیر را توسط آن ایجاد کنید.

رمان‌های زیادی هستند که در آن‌ها مقدار مناسبی از چکیده‌ی روایی استفاده شده است. نمونه‌های محبوب ما عبارت‌اند از: *پدرخوانده*، نوشته‌ی ماریو پوزو؛ *ماجرای عجیب سگی در نیمه‌شب*، نوشته‌ی مارک هَدِن؛ *بادبادک‌باز*، نوشته‌ی خالد حسینی؛ *دختری با گوشواره‌ی مروارید*، نوشته‌ی تریسی چِوالیِر؛ و *روز شغال*، نوشته‌ی فردریک فورسیث.

پیشنهاد می‌کنیم فصل "Show and Tell" را از کتاب *Self-Editing for Fiction Writers*، نوشته‌ی Rennie Brown و Dave King (انتشارات Harper) مطالعه کنید تا اطلاعات بیشتری درباره‌ی زمان مناسب برای استفاده از چکیده‌ی روایی به‌دست آورید.

راز به تصویر کشیدن

در ابتـــدای این فصـــل، به تفصیل درباره‌ی هنر به نمایـــش درآوردن صحبت کردیم و قسمت‌های مختلف آن را هم بادقت مورد مطالعه قرار دادیم. اما داستان چیزی فراتر از چکیده‌ی بخش‌هایش است. برای سر هم کردن اجزای داستان، هم راه‌های درست وجود دارند و هم راه‌های نادرست. شما باید داستان را به‌شکلی پی‌ریزی کنید که چنین باشد:

- ✓ **قابل درک:** در زندگی واقعی همه چیز در یک لحظه رخ می‌دهد. شما باید کلاف وقایع لحظه‌ای را طوری از هم باز کنید که بتوانید به کمک آن‌ها جریانی از کلام بیافرینید که در وهله‌ی اول بر یک شـــخصیت و بعد بر شـــخصیتی دیگر تمرکز دارد؛ به‌گونه‌ای که ترکیب کنش‌ها در نظر خواننده منطقی جلوه کند.
- ✓ **بیـــدار کننده‌ی احساســـات:** باید این توهـــم را در خواننده ایجـــاد کنید که او خودِ شـــخصیت مُشرف اســـت (یا شـــخصیت محوری، در صورت نبود یا تعدد شخصیت(های) مُشرف).
- ✓ **باورپذیـــر:** باید طوری بنویســـید که خوانــــده به روابط علـــت و معلولی دنیای داستان‌تان ایمان بیاورد. اما در عین‌حال نباید روند داستان قابل پیش‌بینی باشد.

گنجاندن تمام این ویژگی‌ها در یک اثر داستانی کار دشواری است. به همین دلیل است که می‌گوییم، داستان‌نویسی فنی است که باید در آن به درجه‌ی استادی برسید. در این قسمت، به شما نشان خواهیم داد که از نظر ما مهم‌ترین فنون نویسندگی کدامند. حتی اگر هیچ‌یک از دیگر شـــیوه‌ها و فنون نویســـندگی را فرا نگرفتید، این مهارت‌ها را حتماً به حد کمال برسانید.

در آوردن ته و توی همه چیز

رمان‌نویس‌هـــای امروزی داســـتان خود را بـــه روش دِیمی بازگو یا ارائـــه نمی‌کنند. داستان‌نویســـی الگویی دارد که شـــما آن را پیش‌تر در قسمت گفت‌وگو یاد گرفتید. در گفتگو شما نشان می‌دهید که افراد – یکی پس از دیگری – صحبت می‌کنند. هر گوینده، بند مخصوص به خود را دارد و در آن بند، دیگری حق صحبت ندارد. اگر یک شخصیت حرف شـــخصیت دیگری را قطع کند، آنگاه صحبت‌های شخصیت اول به‌طور ناگهانی قطع می‌شـــود، زیرا نمی‌توانید اجازه دهید حرف‌های دو شخصیت روی هم چاپ شوند.

اما زندگی واقعی این‌طور نیســـت. در گفت‌وگوهای واقعی بین افراد، کاملاً ممکن است دو یا ســـه نفر به‌طور همزمان با هم حرف بزنند. مغز شما اغلب قادر است چنین وضعی را اداره کنـــد و دنبالـــه‌ی حرف گوینده‌های متعدد را بگیرد. امـــا اگر مغزتان هم گیج یا خسته شـــود، گوش‌تان همچنان تمام صداها را به‌صورت همزمان می‌شنود. این حالت

را نمی‌توان در گفت‌وگو نویسی پیاده کرد و به همین دلیل نویسنده‌ها صحبت‌های هر گوینده را در یک بند مجزا ذکر می‌کنند. خواننده صرفاً نمی‌تواند تحمل کند در رمانی که می‌خواند "همه با هم حرف بزنند". این حالت درباره دیگر شیوه‌های به تصویر کشیدن داستان هم صدق می‌کند.



نویسنده‌ی رمان امروزی سعی نمی‌کند نشان دهد که "در یک لحظه چه اتفاقاتی می‌افتد"، "همه در آن واحد چه احساسی دارند" یا اینکه "همه با هم در یک لحظه به چه فکر می‌کنند". به‌جای این کار، او تلاش می‌کند به هر یک از شخصیت‌ها نوبت بدهد تا در یک یا چند بند، از خود کنش نشان دهند، حرف بزنند، احساس کنند، فکر کنند و ببینند.

این بند یا بندها در داستان، یک واحد را شکل می‌دهند؛ پایین‌ترین لایه‌ی پیچیدگی پی‌رنگ. حالا برای این واحد از داستان به یک اصطلاح تکنیکی نیاز داریم. از آنجا که به‌نظر می‌رسد چنین اصطلاح تکنیکی‌ای وجود نداشته باشد، ما خودمان یکی درست می‌کنیم. برای این کار از یک کلیپ فیلم (بخش کوتاهی از یک فیلم) به‌عنوان تمثیل استفاده می‌کنیم. کلیپ فیلم توالی‌ای از فریم‌های ویدئویی است.

در اینجا، *کلیپ* به منزله‌ی توالی‌ای از جملات متمرکز بر یک شخصیت به‌خصوص است که ترکیبی از کنش داستانی، گفت‌وگو، عواطف و تک‌گویی‌های درونی و توصیف را شامل می‌شود.

این یک کلیپ نمونه است که فقط شامل گفت‌وگو می‌شود: گندالف گفت: "تو باید حلقه‌ی قدرت را به درون شکاف‌های کوه اهریمن پرتاب کنی"

این کلیپ نمونه‌ای است که در آن کنش، گفت‌وگو و تک‌گویی درونی با هم به‌کار رفته‌اند: فرودو تلوتلوخوران کناره‌های کوه اهریمن را بالا رفت. "سَم، تقریباً رسیدیم." آیا این ورودی کوه اهریمن بود؟

حالا به مثالی توجه کنید که در آن، کلیپ ترکیبی از توصیف، کنش و گفت‌وگو را دربرمی‌گیرد: گالوم، که با انگشتان دراز و زاویه‌دارش چشم‌هایش را از نور خورشید محافظت می‌کرد، به غار چشم دوخت و غرولند کنان به‌سمت فرودو جهید. "گنج من!"

کلیپ می‌تواند هر چند بندی را که دوست دارید شامل شود. در صحنه‌های دارای بیش از یک شخصیت، کلیپ به‌ندرت از حدود سه بند فراتر می‌رود، زیرا تمرکز کلیپ اساساً باید بر یک شخصیت باشد. (این تعریفی است که ما از کلیپ داریم) به‌محض اینکه سراغ شخصیت جدیدی بروید، کلیپ تازه‌ای را آغاز کرده‌اید.

بنابراین اکثر صحنه‌ها دارای چندین کلیپ هستند، زیرا معمولاً در آن‌ها دو یا چند

شخصیت وجود دارد که چندین بار به تعامل با هم می‌پردازند.



نکته‌ی کلیدی‌ای که باید به‌خاطر بسپاریم این است که هر کلیپ روی یک شخصیت واحد تمرکز دارد. انتقال تمرکز نوشتار به شخصیتی جدید به‌معنای پایان یک کلیپ و آغاز کلیپی جدید است. این موضوع برای نوشتن صحنه‌های متمرکز جنبه‌ی حیاتی دارد.

شناخت دو گونه‌ی کلیپ

نویسندگان – با توجه به تمرکز داستان روی شخصیت مُشرف، یا غیرمُشرف – ممکن است از دو نوع کلیپ استفاده کنند. به‌یاد داشته باشید که خواننده، شخصیت مُشرف را از درون می‌بیند و به افکار و احساسات آن شخصیت دسترسی مستقیم دارد. اما از آنجا که خواننده شخصیت غیرمُشرف را از بیرون می‌بیند، تصویری که از او در اختیار دارد، "جنبه‌ی عمومی" دارد. به همین دلیل کلیپ‌های مربوط به این دو نوع شخصیت از هم تمایز داده می‌شوند:

- ✓ **کلیپ شخصی:** تمرکز این نوع کلیپ بر شخصیت مُشرف است و در آن به افکار و احساسات این شخصیت دسترسی وجود دارد. در این نوع کلیپ، خواننده دنیا را از طریق کنش‌ها، گفت‌وگوها، عواطف و تک‌گویی‌های درونی خصوصی شخصیت مُشرف (یعنی از باطن او) می‌شناسد.
- ✓ **کلیپ عمومی:** این‌گونه‌ی کلیپ بر شخصیت غیرمُشرف تمرکز یافته است و در آن فقط می‌توان دیدگاه‌های عمومی و بیرونی شخصیت را فهمید. خواننده نمود بیرونی کنش‌ها، گفتگوها و توصیفات شخصیت را می‌بیند. البته ممکن است بتواند افکار و احساسات شخصیت را از روی حالات چهره و حرکات بدن او حدس بزند اما هرگز نمی‌تواند با اطمینان بداند درون شخصیت چه می‌گذرد.



ما پس از سال‌ها تجربه‌ی نویسندگی و تدریس آن، به این باور رسیده‌ایم که مهم‌ترین راز نوشتن داستان‌های عالی، کسب بیشترین مهارت در نوشتن کلیپ‌هاست (هم کلیپ شخصی و هم عمومی). وقتی در صحنه‌ای که می‌نویسید دو نوعِ شخصی و عمومی کلیپ را به تناوب به‌کار ببرید، خواننده زندگی را درست مثل شخصیت مُشرف تجربه می‌کند. کلیپ‌های شخصی به خواننده نشان می‌دهند درون شخصیت مُشرف چه می‌گذرد. کلیپ‌های عمومی هم به خواننده نشان می‌دهند که شخصیت مُشرف چه می‌بینند و دیگران در حال انجام چه کارهایی هستند.

شما هم دقیقاً جهان را به همین صورت تجربه می‌کنید. زندگی خصوصی شما پر از افکار و احساسات پیچیده‌ای است که قادر به در میان گذاشتن آن‌ها با جهان بیرون نیستید؛ حتی اگر با حرکات و حرف‌هایتان تلاش کنید آن‌ها را نشان دهید. می‌توانید

سعی کنید با اســتفاده از اطلاعاتی که دیگران به‌صورت عمومی – با استفاده از رفتار، گفتار و حالات چهره – عرضه می‌کنند، آن‌ها را درک کنید، اما همیشه موفق نمی‌شوید.



اگر شــخصیت مُشرف دارید، با نوشــتن داستانی که در آن از هر دو نوع کلیپ استفاده می‌شود، خواننده را میهمان احساسی خارق‌العاده می‌کنید: او حس می‌کند که شخصیت مُشــرف داستان شماســت. اما اگر شخصیت مُشــرف ندارید، خواننده فقط کلیپ‌های عمومی تمام شــخصیت‌های داســتان را خواهد دید و به این ترتیب داستان شما حالتی سینمایی پیدا خواهد کرد.

نوشتن کلیپ‌های عمومی

نوشــتن یک کلیپ عمومی کار ساده‌ای است. کلیپ عمومی هر چیزی را که شخصیت مُشــرف می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشد، یا لمس می‌کند به خواننده نشان می‌دهد. از آنجا که خواننده می‌داند شخصیت مُشرف همان کسی است که عمل دیدن، شنیدن، بوییدن، چشــیدن، یا لمس کردن را انجام می‌دهد، شــما نیازی ندارید این مسئله را به خواننده گوشزد کنید. تنها کاری که باید انجام دهید، نشان دادن درون‌داد حسی است.

برای نوشتن کلیپ‌های عمومی می‌توانید هر ترکیبی از این سه ابزار را به‌کار ببرید:

- ✓ کنش
- ✓ گفت‌وگو
- ✓ توصیف

متن مثال خود را دقیقاً از همان جایی که در قسمت "فلش‌بک" تمام شد، ادامه می‌دهیم و برای آن کلیپ عمومی‌ای می‌نویســیم که بر دشمن شــما تمرکز یافته است. تا این لحظــه، در صحنه‌ی نمونه‌ی خود عموماً از یک یا دو ابزار اســتفاده کردیم؛ اول کنش و بعــد یکی از موارد گفت‌وگو، احساســات درونی، تک‌گویــی درونی و توصیف. حالا می‌خواهیــم چند مورد را ترکیب کنیم و تطبیق دهیم تــا یک کلیپ عمومی طبیعی‌تر خلق کنیم. این کلیپ با گفت‌وگو شروع می‌شود، سپس از کنش بهره می‌گیرد، بعد کمی توصیف ارائه می‌دهد؛ هر سه‌ی این موارد، عناصری رایج در کلیپ‌های عمومی هستند:

"هیچ‌کــی حق نــداره از من ایده بدزده" رقیب‌تان به چابکی به ســوی شــما می‌آید، نانچیکوهایش را در هوا تاب می‌دهد و چهره‌اش در هم و اَخمالود اســت. روی برچسب عنوانِ مخصوص همایش، که بر ســینه‌ی او چســبانده شــده، این عبارات به چشــم می‌خورند: "سلام! اسم من هست: هَک مور."

نوشتن کلیپ‌های شخصی

نوشـــتن کلیپ شخصی کار پیچیده‌تری است، زیرا شـــما از طریق آن به خواننده نشان می‌دهید که درون و بیرون ذهن شـــخصیت مُشـــرف چه می‌گذرد. کلیپ شـــخصی به خواننده نشـــان می‌دهد که شـــخصیت چه می‌کند، چه می‌گوید، چه احساسی دارد و به چه چیزی می‌اندیشـــد. این نوع کلیپ معمولاً آنچه شخصیت مُشرف می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشـــد و لمس می‌کند را نشـــان نمی‌دهد. (این موارد معمولاً در کلیپ‌های عمومی ظاهر می‌شوند که بر شخصیت دیگری تمرکز دارد.)

عملکرد کلیپ‌های شـــخصی به زاویه‌ی دید انتخابی شـــما بســـتگی دارد. در فصل ۷ درباره‌ی زاویه‌ی دید توضیح داده‌ایم. حالا نشـــان‌تان می‌دهیم که زوایای دید در قالب کلیپ عمومی جواب می‌دهند (یا خیر):

- ✓ **اول‌شخص:** این مورد یک زاویه‌ی دید رایج است که برای آشنا شدن با نحوه‌ی نوشتن کلیپ‌های عمومی بسیار مناسب است. در زاویه‌ی دید اول‌شخص، ماندن درون ذهن شخصیت مُشرف آسان‌تر است. فقط باید به خواننده نشان دهید "من چه می‌کنم، چه می‌گویم، چه احساسی دارم و به چه می‌اندیشم."
- ✓ **سوم‌شـــخص:** این زاویه‌ی دید، ظاهراً به خاطر علاقه‌ی خوانندگان به آن، رواج بیشتری نسبت به سایرین دارد و برای کلیپ‌های شخصی هم مناسب است. باید خودتان را به‌نحوی محدود کنید که فقط افکار و احساسات شخصیت مُشرف – و نـــه هیچ‌کس دیگر – را بیان کنید؛ با وجود این محدودیت، کســـب مهارت در نوشتن کلیپ شخصی در این زاویه‌ی دید کار بسیار آسانی است.
- ✓ **سوم‌شـــخص بی‌طرف:** این زاویه‌ی دید چندان متداول نیست زیرا به نویسنده اجازه نمی‌دهد وارد ذهن شـــخصیت محوری داستان شود. در این زاویه‌ی دید، شما خود را به رفتار و گفتار شخصیت محوری و نیز به توصیف حالات چهره‌اش محدود می‌کنید. این یعنی در زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف، نوشتن کلیپ‌های شـــخصی به هیچ عنوان ممکن نیســـت. در چنین زاویه‌ی دیدی، شما باید تمام داستان‌تان را، برای تمام شخصیت‌ها، در قالب کلیپ‌های عمومی بنویسید. چنین محدودیتی ســـنگین به‌نظر می‌رسد و شاید باعث شـــود بخواهید از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی استفاده کنید.
- ✓ **جهنده:** مدرسان نویسندگی معمولاً تلاش می‌کنند شاگردان خود را از استفاده از این زاویه‌ی دید منصرف کنند. علت این امر این اســـت که در این زاویه‌ی دید، شما مجازید که کلیپ شخصی را برای هر شخصیتی که می‌خواهید به‌کار ببرید. هیچ شـــخصیت خاصی در صحنه‌ای که می‌نویسید وجود ندارد تا خواننده بتواند با او به‌طور ویژه همذات‌پنداری کند. این موضوع ســـبب می‌شود خواننده نتواند

از فکر اینکه خود او هم یکی از شـخصیت‌های داسـتان است لذت ببرد؛ و شما به‌عنوان نویسنده باید تلاشـی مضاعف به خرج دهید تا خواننده چنین حسی را تجربه کند. آیا ارزشـش را دارد، آن هم وقتی می‌توانستید زاویه‌ی دید متفاوتی را برگزینیـد که به یک شـخصیت محدودتان می‌کـرد، خودتان قضاوت کنید.

✓ **دانای کل:** بسیاری از مدرسان نویسندگی از این زاویه‌ی دید نفرتی بی‌بدیل دارند و دلیل این تنفر با دلیل بی‌علاقگی‌شان به زاویه‌ی دید جهنده یکی است. در این زاویه‌ی دید، نه‌تنها می‌توان کلیپ‌های شـخصی را برای هر شخصیتی نوشت، بلکـه می‌توان زاویه‌ی دید را به یک جایـگاه خداگونه انتقال داد. احتمال اینکه خواننده‌ها ندای اناالحق سر داده باشند بسیار کم است و به همین دلیل، زاویه‌ی دید دانای کل، کار شـما را دشوار می‌کند. به‌علاوه، در این زاویه‌ی دید، نویسنده وسوسـه می‌شـود از چکیده‌ی روایی بیشتر اسـتفاده کند و به‌جای نشان دادن داستان، آن را بازگو کند. اما خاطرنشان می‌کنیم که نوشتن رمانی خوب در زاویه‌ی دید دانای کل ممکن اسـت؛ اگر مهارت کافی برای مدیریت آن داشـته باشید.

✓ **دوم‌شـخص:** این مورد نادرترین زاویه‌ی دید انتخابی اسـت، زیرا نویسنده باید همواره خواننده را قانع کند که اگر او هم جای شخصیت داستان بود، همان کارها را می‌کـرد. اگر از پس این کار برآیید (در این فصل درباره‌ی این زاویه‌ی دید به اختصار صحبت کردیم)، آنگاه تمام امتیازات زاویه‌ی دید اول‌شـخص را خواهید داشـت. در این صورت رعایت نظم داستانی و نوشتن کلیپ‌های شخصی‌ای که نشـان می‌دهند "شـما چه می‌کنید، چه می‌گویید، چه احساسی دارید و به چه می‌اندیشید" کار آسانی خواهد بود.

می توانید در کلیپ‌های شخصی هر یک از این چهار ابزار را به‌کار ببرید:

✓ کنش داستانی

✓ گفت‌وگو

✓ احساسات درونی

✓ تک‌گویی درونی

شـما باید بتوانید در کلیپ‌های شخصی، بر یک نوع پیچیدگی اشراف داشته باشید و از پس آن برآیید: ترتیب. کنش، گفت‌وگو و تک‌گویی درونی معمولاً در زندگی واقعی کمی زمان می‌برند (حداقل نیم ثانیه و در اکثر موارد بیشتر از آن). این‌ها فعالیت‌هایی مستدل هسـتند و به‌کار افتادن ذهن خردمند انسان کمی وقت می‌برد. البته استثناهایی نیز در این موارد وجود دارد و آن کنش یا گفت‌وگوهای انعکاسـی اسـت. سرعت وقوع چنین واکنش‌هایی بسـیار بالاست؛ به یک اجاق داغ دست بزنید و ببینید که چطور دست‌تان

در کسری از ثانیه به عقب می‌پرد و ثانیه‌ای بعد، ناخودآگاه فریاد غیرارادی و کوتاهی از درد از گلویتان برمی‌خیزد. این‌ها واکنش‌های نامُستدل هستند و به همین دلیل می‌توانند سریع‌تر بروز کنند. احساسات درونی اغلب سریع‌تر از این بروز می‌کنند. اگر یک ببر وحشی از پنجره به درون منزل شما بپرد، خیلی پیش‌تر از آنکه بخواهید واکنشی مستدل یا نامستدل از خود نشان دهید، ترس همچون آذرخشی در وجودتان پدیدار می‌شود.



از این قانون ساده تبعیت کنید: اول آن چیزی را نشان دهید که سریع‌تر اتفاق می‌افتد. این یعنی در اکثر موارد، ابتدا باید احساسات درونی را نشان داد، سپس کنش‌ها و گفت‌وگوهای متعدد غریزی و بعد انواع منطقی‌تر و مستدل‌تری از کنش‌ها، گفت‌وگوها و تک‌گویی‌های درونی.

حالا به مثال خودمان برمی‌گردیم و کلیپ شخصی‌ای نشان‌تان می‌دهیم که در آن تمام ابزارهایی که در اختیار داریم به‌صورت ترکیبی به‌کار رفته‌اند. این بند را با یک جمله در توصیف احساس درونی آغاز می‌کنیم، سپس کنش را به آن می‌افزاییم، بعد تک‌گویی درونی، کنشی دیگر و در پایان دو جمله گفت‌وگو:

> قلب‌تان مثل پتک در حلق‌تان می‌کوبد. پوشه‌ی چرمی‌تان را تا نزدیک قفسه‌ی سینه بالا می‌آورید. شاید با مذاکره بتوان اوضاع را آرام کرد. به صمیمی‌ترین شکل ممکن لبخند می‌زنید. "هَک، می‌تونیم در این مورد حرف بزنیم؟ پارسال که گپ خیلی خوبی با هم زدیم، مگه نه؟"

کنار هم گذاشتن علت و معلول

در قسمت‌های پیشین نحوه‌ی نوشتن کلیپ‌های عمومی و شخصی را توضیح دادیم. حالا تنها کاری که باقی مانده، وصل کردن این دو به هم و ساختن یک صحنه‌ی کامل است.



این قانونِ بسیار مهم را به‌یاد داشته باشید: توالی زمانی همواره باید درست باشد و علت حتماً باید بر معلول تقدم داشته باشد. در حالت عادی، هر کلیپ شخصی، حداقل تا حدی، دلیلی برای کلیپ عمومی تابع آن خواهد بود. در هر یک از این کلیپ‌ها از چه ابزارهایی باید استفاده کنیم؟ آیا می‌توان ترتیب و توالی قسمت (یا قسمت‌های) داخلی کلیپ را تغییر داد؟

> هَک به جلو خیز برمی‌دارد و نانچیکوهایش را به‌صورت دورانی به‌سمت سرتان تاب می‌دهد.

> خودتان را به کناری می‌کشید و پوشه‌ی چرمی را برای دفاع از خود به بالا پرت می‌کنید. نانچیکوها با پوشه برخورد می‌کنند و موجی از این برخورد به شانه‌ی شما نیز می‌رسد.

درد مانند چاقوی داغی در گردن‌تان نفـوذ می‌کند. "آآآآخ" همچنان بدن‌تان را کنار می‌کشید، با دست راست به موهای هَک چنگ می‌زنید، سرش را بی‌رحمانه به‌سمت پایین می‌کشید و زانویتان را بالا می‌برید.

شـتاب حرکت هَک باعث می‌شود با صورت روی زانویتان فرود بیاید. نانچیکوها از دستان بی‌توان‌اش می‌افتند و او پخش زمین می‌شود.

یک دو جین آدم، همه با هم، شروع به جیغ و داد می‌کنند. چهار مرد به‌سمت دست‌ها و پاهای هَک می‌جهند و او را به زمین میخکوب می‌کنند. "یکی پلیس خبر کنه!"

شما به عقب یله می‌روید، احساس دل به هم خوردگی دارید و استخوان ترقوه‌تان دارد از درد منفجر می‌شـود، احتمالاً دچار شکسـتگی شده است. یعنی ویراستار پیش خودش چه فکری می‌کند؟

دو دسـت با حالتی دوستانه شما را به‌سمت صندلی‌تان هدایت می‌کنند. ویراستار می‌پرسـد: "حالتون خوبه؟"، سـپس ادامه می‌دهد: "خدای مـن! بی‌نظیر بود. کارتون... فوق‌العاده بود. شماهایی که اینجا ایستادید، آمبولانس خبر کنید!"

سیاهی نرم و سیالی آهسته بر چشم‌هایتان چیره می‌شود. تا جایی که می‌توانید با تاریکـی می‌جنگید و می‌دانید که یک روز، یک جایی، این قضیه را به یک رمان تبدیل خواهید کرد.

در مثال بالا پنج کلیپ عمومی وجود دارد (سه تا درباره‌ی هَک، یکی درباره‌ی رهگذران متعدد و یکی درباره‌ی ویراسـتار). همچنین سه کلیپ شخصی هم دیده می‌شود. پشت سـر هم نشـان دادن چند کلیپ عمومی، که هرکدام بر شخصیت‌های متفاوتی تمرکز می‌کنند، بلامانع اسـت. در صحنه‌های چند شـخصیتی، نشـان دادن دو یا سه کلیپ عمومی به ازای هر کلیپ شخصی متداول است.

شاید بپرسـید که آیا لازم است هر بار که کلیپ جدیدی را آغاز می‌کنید، بند تازه‌ای را هم آغاز کنید یا خیر. نه، شـما می‌توانید صحنه‌ها را به هر شکلی که صلاح می‌دانید در بندها بگنجانید. ما ترجیح می‌دهیم برای وضوح بیشتر، برای هر کلیپ بندی جدا در نظر بگیریم. نحوه‌ی نوشـتن بندهای گفت‌وگو هم همین طور است. این نوع ترکیب‌بندی از نظر ما منطقی اسـت (حتی وقتی کنش، احساسات و تک‌گویی‌های درونی و توصیف را وارد کار کنید). شـما هم صحنه‌ها را طوری در قالب بندها بریزید که به‌نظر خودتان منطقی می‌آید. یادتان باشـد که تنها قانون تغییرناپذیر در داستان‌نویسـی این است که هیچ قانونی تغییرناپذیر نیست.



خواننده‌ی داسـتان شـما صحنه را از درون ذهن شخصیت مُشرف تجربه می‌کند و به همین دلیل شـما باید، تا جایی که می‌توانید، به این شخصیت میدان دهید. اما این کار

باید در تعادل و تناسب با نیازهای صحنه انجام شود. وقتی بیرون ذهن شخصیت مُشرف اتفاقات متعددی در حال وقوع است، باید از میان آن‌ها موارد مهم را به نمایش بگذارید.

توجه کنید که در مثال بالا، ما نه وارد ذهن هَک می‌شویم و نه احساسات و تک‌گویی‌های درونی او را نشان می‌دهیم. اصلاً نیازی نداریم چنین کاری بکنیم. خواننده فقط افکار و احساسات یک شخصیت را از ما می‌خواهد و او هم شخصیت مُشرف است.

لازم است بگوییم که به‌شدت به کتاب کلاسیک دوایت سواین، *Techniques of the Selling Writer* (از انتشارات دانشگاه اوکلاهوما)، مدیون‌ایم. در این کتاب درباره‌ی "واحدهای داستانی واکنشی-انگیزشی" به تفصیل صحبت شده است. عبارت "انگیزشی" سواین به کلیپ‌های عمومی اشاره دارد و منظور او از عبارت "واکنشی"، همان کلیپ شخصی ماست.

ایجاد تعادل بین ابزارهای نشان دادن و بازگو کردن داستان

به‌نظر ما خواندن بعضی از کتاب‌ها برای درک فن و هنر نویسندگی ضرورت دارد. در این فصل به چند مورد از این کتاب‌ها اشاره کرده‌ایم. حالا برای راحتی شما، آن‌ها را دوباره در اینجا ذکر می‌کنیم:

- ✓ *Techniques of the Selling Writer* نوشته‌ی Dwight Swain (انتشارات University of Oklahoma): حاوی اطلاعات ضروری درباره‌ی "واحدهای داستانی واکنشی- انگیزشی"
- ✓ *Empowering Characters' Emotions*، نوشته‌ی Margie Lawson: منبعی فوق‌العاده درباره‌ی ارتباط غیرکلامی در کنش‌ها و در نشان دادن احساسات درونی. دوره‌ی آموزشی آن‌لاین هم در وب‌سایت دکتر لاوسن www.margielawson.com در دسترس است.
- ✓ *Stein on Writing*، به قلم Sol Stein: نکاتی عالی درباره‌ی نشان دادن و بازگو کردن، گفتگو، فلش‌بک و موارد متعدد دیگر.
- ✓ *Self-Editing for Fiction Writers* به قلم Rennie Brown و Dave King (انتشارات Harper): راهنمایی ضروری برای ویرایش، همراه با فصل‌های بسیار خوبی درباره‌ی گفت‌وگو، تک‌گویی درونی و چکیده‌ی روایی.
- ✓ Getting Into Character، اثر برندیلین کالینز (Brandilyn Collins) از نشر وایلی؛ صرفِ وجود اطلاعاتی درباره‌ی اشارات غیرمستقیم و زمینه‌ای در خلال گفت‌وگوهای داستانی، ارزش خریدن این کتاب را دوچندان می‌کند.

فصل ۱۱

تعیین درون‌مایه‌ی داستان

در این فصل

- نوشتن پیش از تصحیح کردن
- بررسی چهار الگوی خلاقانه برای کامل کردن یک رمان
- درک چرایی اهمیت الگوی نوشتاری شما
- یافتن الگوی نوشتاری مناسب برای شما

داســتان یعنی هنر. تمام هنرها، به‌نوعی حامل پیام هســتند. به این پیام *درون‌مایه‌ی* داســتان گفته می‌شــود. درون‌مایه معنای عمیق رمان شماست و بسیاری از رمان‌های فوق‌العاده‌ی دنیا درون‌مایه‌های عالی‌ای دارند. البته رمان می‌تواند درون‌مایه‌ای ساده یا ایهام‌آمیز داشته باشد و همچنان داســتانی فوق‌العاده باشد. درون‌مایه امر مهمی است، اما اهمیت آن به‌اندازه‌ی اعطای یک تجربه‌ی حســی قوی به خواننده نیســت. در این فصل نگاهی کوتاه به تحلیل درون‌مایه‌ی تعدادی از رمان‌های پرفروش خواهیم داشت. هدف ما در این فصل، انجام یک تحلیل ادبی دقیق نیســت. ما فقط می‌خواهیم مفهوم درون‌مایـــه را با فراهم آوردن چند مثال از رمان‌هایی که احتمال می‌رود آن‌ها را خوانده باشید، برایتان رمزگشایی کنیم.

همچنین اگرچه درون‌مایه امر مهمی اســت، ما بر این باوریم که ســاختن رمان صِرفاً حول محور درون‌مایه کار مخاطره‌آمیزی است. چنین کاری باعث می‌شود داستان شما شبیه به موعظه شود و جنبه‌ی سرگرمی نداشته باشد. بهتر است اجازه دهید درون‌مایه‌ی اثرتان به‌صورت طبیعی و در طول داســتان شکل بگیرد. ممکن است پیش از ویرایش چندباره‌ی اثرتان، اصلاً ندانید درون‌مایه‌ی آن چیســت. پس بخشــی از مشــکل شما به‌عنوان یک نویســنده این اســت که ببینید معنا و مفهوم داستان‌تان درباره‌ی چیست. در ادامه‌ی این فصل، چند شــیوه به شــما معرفی می‌کنیم که می‌توانید در این مسیر از آن‌ها بهره بگیرید.

درک دلیل اهمیت درون‌مایه

وقتی افراد درباره‌ی درون‌مایه صحبت می‌کنند، ممکن اســت برداشت‌های متفاوتی از آن داشــته باشــند. بنابراین ما در اینجا تعریف خودمان را از این عنصر ارائه می‌کنیم:

درون‌مایه معنای عمیق کتاب شماست. پیام اصلی‌ای است که شما می‌خواهید به خواننده منتقل کنید. ممکن است درون‌مایه "پیام اخلاقی داستان باشد"؛ البته این حالت در صورتی پیش می‌آید که داستان شما جنبه‌ی اخلاقی داشته باشد. ممکن است درون‌مایه اشارتی باشد به جهان‌بینی شما، فلسفه‌ی زندگی از نظر شما و یا نسخه‌ای که برای خوشبختی پیچیده‌اید. درون‌مایه‌ی داستان شما، همان چیزی است که شما می‌خواهید باشد.



ممکن است شما از هنر پیام‌محور خسته شده باشید. حق هم دارید که از چنین هنری بدتان بیاید. خود ما هم از این نوع هنر بیزاریم. اما باید از هنر بی‌معنی هم بدتان بیاید. هنر معنی دارد و معنی برای آن به منزله‌ی مزه برای غذاست. بنابراین بیش از حد مزه‌دار بودن یا بیش از حد بی‌مزه بودن غذا (هنر) اشتباه محض است.

ما در این قسمت درباره‌ی کاربرد و ویژگی‌های درون‌مایه صحبت خواهیم کرد. همچنین مثال‌هایی از درون‌مایه‌ی ۲۰ رمان پرفروش به شما معرفی خواهیم کرد.

نگاهی به دلیل وجود درون‌مایه در رمان‌ها



خواننده‌ها داستان شما را با ذهنیت‌های خاص خودشان می‌خوانند. بنابراین ممکن است از نظر آن‌ها، درون‌مایه‌ی داستان شما، با آنچه منظور اصلی‌تان بوده، تفاوت داشته باشد. به‌علاوه رمان‌های خوب ممکن است حاوی چند درون‌مایه‌ی مختلف باشند. بنابراین درون‌مایه‌ی هر رمان همیشه جنبه‌ی ایهام‌آمیز دارد و می‌توان آن را به بحث گذاشت. این تا حدی دلیل جذابیت خواندن رمان‌هاست.

اگر خواننده‌ها کتاب شما را به قصد نوشتن یک گزارش کلاسی یا حضور در باشگاه کتاب‌خوانی تحلیل نکنند، "درک صحیح" داستان شما دغدغه‌ی آن‌ها نخواهد بود؛ آن‌ها بیشتر به مفهومی که داستان برای خودشان دارد اهمیت خواهند داد. دلیل اهمیت درون‌مایه برای نویسنده‌ها این است که درون‌مایه تنها راه ارتباطی آن‌ها با بسیاری از خواننده‌هاست. رمان، شانس شمای نویسنده برای نشان دادن جهان‌بینی‌تان به دیگران است.

فرض کنید شما در حال خواندن نقدی از اولین رمان‌تان در اینترنت هستید، که به‌تازگی به بازار آمده است. در این بررسی، همه چیز در نظر گرفته شده و نویسنده‌ی آن، خلاصه‌ای از خطّ داستانی تهیه کرده که با خلاصه‌ای که شما چند سال پیش برای ویراستارتان نوشتید تطابق دارد. نویسنده‌ی این نقد شخصیت‌های داستان را دوست دارد و آن‌ها را "قوی و واقعی" می‌پندارد. او همچنین شتاب کنش‌ها و چالاکی گفت‌وگوهای داستان شما را نیز دوست دارد. به‌طور کلی می‌توان گفت که منتقد از رمان شما خوش‌اش آمده است. به آخرین بند نقد که می‌رسید، نفس را در سینه حبس کرده‌اید. در

این بند نوشــته شده: "اما در پایان گفتنی است که دیدگاه بی‌روح نویسنده، که حکایت از یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی دارد، باعث می‌شود خواننده دچار خستگی و غم شود."

دهان شما چند بار با ناباوری باز و بسته می‌شود. چی؟ شما از کِـــی تا حالا دیدگاهی بی‌روح و حاکی از یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی داشته‌اید؟ اصلاً این عبارت یعنی چه؟ این منتقد دیدگاه شما را متوجه نشده است. او یک احمق است.

کاملاً ممکن اســت که منتقد اثر شــما احمق باشــد. اما این امکان هم وجود دارد که دلیل بی‌علاقگی او به دیدگاه شــما این باشد که شــواهد کافی برای درک دیدگاهتان را در اختیــار او قرار نداده‌اید. بنابراین، منتقد بــدون اینکه از امکانات کافی برای درک دیدگاه واقعی شما برخوردار باشد، به چیزهای ساده و پیش پا افتاده‌ای چسبیده است که شما هرگز نمی‌خواستید در داســتان‌تان جنبه‌ی محوری داشته باشند. در نتیجه عبارت ناراحت‌کننده‌ی "یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی" – که احتمالاً پس‌مانده‌ی اظهارات یکی از شــخصیت‌های حاشیه‌ای یکی از صحنه‌های کم‌اهمیت داستان است – در نقد اثر شما برجسته شده است.

مشکل کجاست؟ پاسخ این سؤال آسان است: داستان شما احتمالاً درون‌مایه‌ی ضعیفی دارد و یا به کل عاری از درون‌مایه است.

بررسی ویژگی‌های درون‌مایه

مــا مایل‌ایم درون‌مایه را در قالب یک جمله خلاصه کنیم. لازم هم نیســت این جمله جمله‌ی عمیقی باشــد (البته خوب است که این‌طور شــود، اما اگر نشد ایرادی ندارد). اما ترجیح می‌دهیم که رک و پوســت‌کنده صحبت کنیم: اگر رمان شــما عمیق نباشد، جملــه‌ی توصیف کننده‌ی درون‌مایه نیز نمی‌تواند عمیق باشــد. همــه‌ی مردم دنیا از رمان‌های عمیق خوش‌شان نمی‌آید و این اشکالی ندارد. هدف از داستان‌نویسی اعطای یک تجربه‌ی حســی قوی به خواننده‌هاست. در این میان، درون‌مایه یک عنصر اضافی اســت. اگر حســی که در خواننده برمی‌انگیزید به اندازه‌ی کافی قوی باشد، احتمالاً او درون‌مایه‌تان را هم باور خواهد کرد. در غیر این صورت چنین اتفاقی نمی‌افتد.



درون‌مایه‌ی داستان شما باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- ✓ **واقعیت داشته باشد:** جمله‌ی توصیف کننده‌ی درون‌مایه باید حقیقتی را درباره‌ی جهان فاش کند.
- ✓ **مهم باشد:** درون‌مایه باید درباره‌ی مسائل مهم زندگی باشد.
- ✓ **کوتاه باشد:** درون‌مایه باید یک جمله‌ی واحد باشد، نه یک بیانیه‌ی مفصل.

مثال‌هایی از درون‌مایه‌های ۲۰ رمان

یک راه خوب برای درک نحوه‌ی نوشـــتن درون‌مایه نگاهی به چند مثال است. یادتان باشد بناست که هر خواننده‌ای چیز متفاوتی از داستان شما بفهمد. اگر رمان شما رمانی قوی باشد، آنگاه خواننده‌های مختلف برداشت‌های بسیار متفاوتی از آن خواهند داشت. اکثر رمان‌هایی که ما در ادامه تحلیل می‌کنیم عمیق هســـتند. بنابراین ممکن اســـت برداشت ما با برداشت شما از آن‌ها بسیار متفاوت باشد. حتی ممکن است نظر ما شدیداً به حاشـــیه رفته باشد. سعی کنید خودتان شـــخصاً درون‌مایه‌ی این داستان‌ها را تعریف کنید و بعد تعاریف خود را با برداشت‌های ما مقایسه کنید. آیا نقطه‌ی اشتراکی بین آن‌ها وجود دارد؟ این ممکن اســـت بخشی از همان پیامی باشـــد که نویسنده می‌خواسته به ما منتقل کند. ما می‌کوشـــیم در برابر وسوســـه‌ی یافتن درون‌مایه‌های متعدد برای این رمان‌هـــا مقاومت کنیم. درون‌مایه‌هایی که ما برای این کتاب‌ها نوشـــته‌ایم، پیام اصلی داستان‌ها را آن‌گونه که به‌نظر خودمان رسیده است، منتقل خواهند کرد.

البته لازم است همین حالا اعتراف کنیم که مجبور شدیم بعضی از درون‌مایه‌ها را حدس بزنیم. همه‌ی نویســـنده‌ها تلاش نکرده‌اند که درون‌مایه‌ی داســـتان خود را به‌وضوح به خواننده نشـــان دهند. بعضی از نویســـنده‌ها ترجیح می‌دهند به سرگرم کردن مخاطب بپردازند و پیام خاصی برای او خلق نکنند. ممکن اســـت با ما مخالف باشـــید و بگویید که حدس زدن مقصود و منظور نویســـنده کاملاً ممکن است. بله، ما هم چنین اعتقادی داریم. اگر فکر می‌کردیم که کشف مقصود و منظور نویسنده غیرممکن است، اصلاً این کتابی را که در حال خواندنش هستید نمی‌نوشتیم. نویسنده همیشه با خطر درست درک نشدن اثرش دست و پنجه نرم می‌کند. اما خطر دیگری هم نویسنده را تهدید می‌کند و آن خطر درک شدن است. امیدواریم بتوانید حرف‌هایمان را به‌خوبی درک کنید:

- ***ارباب حلقه‌ها*، جـِــی. آر. آر. تالکین (خیال‌انگیز):** "سرانجام، نیکی بر بدی پیروز خواهد شد، زیرا بدی تیشه بر ریشه‌ی خود می‌زند."

  ما یکی از جمله‌های مشهور این کتاب را بازآفرینی کرده‌ایم: "همیشه این پلشتی اســـت که به خودی خود، نیات پلید را کور می‌کند". این رمان، روایتی حماسی از نبرد بین خیر و شر است.

- ***خدای رودخانه*، ویلبر اسمیت (تاریخی، اکشن و ماجراجویانه):** "رِندی و نبوغ، زمینه‌ساز قدرت ناب‌اند."

  درون‌مایه‌ی این رمان در هیچ کجای آن علناً بیان نشده است. بنابراین، جمله‌ی بالا برداشـــت شخصی ما از آن است. خدای رودخانه، داستانی ماجراجویانه است که در مصر باســـتان اتفاق می‌افتد و نقش راوی و شخصیت اصلی آن را، برده‌ای باهـــوش به نام تایتا ایفا می‌کند. رمان‌هـــای ماجراجویانه، اغلب توجه چندانی به

درون‌مایه نمی‌کنند.

✓ ***قبیله‌ی خرس غارنشین*، جین اَول (تاریخی):** "آدم‌های نخستین هم انسان‌اند."

شـــخصیت اصلی کتاب، آیلا، دختر جوانی از نوع بشـــر است که فرزندخوانده‌ی خانواده‌ای از نئاندرتال‌های بزرگ می‌شـــود. این داســـتان نشان می‌دهد که تبار آدم‌های نخستین چقدر به تبار انسان امروزی نزدیک است.

✓ ***ستون‌های زمین*، کِـــن فولِـــــت (مهیج تاریخی):** "جایگاه هیچ‌کس بالاتر از قانون نیست."

این رمان، حماســـه‌ای اســـت که ماجرای آن نیم قرن به طـــول می‌انجامد و در حدود زمان قتل تامس بِکت – اســـقف اعظم کانتربوری – پایان می‌یابد. اگرچه مطمئن نیستیم که منظور فولِـــت و درون‌مایه‌ی مورد نظر او را درست فهمیده باشـــیم، اما با توجه به یکی از صحنه‌های پایانی، برداشـــت مـــا کاملاً محتمل می‌نماید. اما درون‌مایه‌ی احتمالی دیگر این رمان می‌تواند این مَثَل باشد: "از هر دســـت بدهی، از همان دست می‌گیری." بله، خیلی کلیشه‌ای است. اما کلیشه‌ها اغلب درون‌مایه‌های خوبی می‌سازند و این موضوع درباره‌ی رمان‌های عمیق هم صادق است.

✓ ***خارجی*، دیانا گابالدون (عاشقانه، سفر زمان):** "عشق، همه جا پیروز است."

این یک رمان با ژانر عاشـــقانه است، ژانری که در آن استفاده از درون‌مایه‌های عمیق رواج دارد. شـــاید جمله‌ای کـــه برای درون‌مایه‌ی این رمان نوشـــته‌ایم، درباره‌ی تمام رمان‌های عاشـــقانه صادق باشـــد. هیچ ایرادی هـــم ندارد. لازم نیست درون‌مایه‌ها منحصر به فرد یا ژرف باشند. داستان، فلسفه نیست. داستان، آفرینش یک تجربه‌ی حســـی قوی اســـت. از نظر ما، رمان خارجی یک داستان فوق‌العاده اســـت که درون‌مایه‌ای که در بالا ذکر شـــد به‌طور خاص درباره‌ی آن صدق می‌کند.

✓ ***نام من اَشـــِر لـــــو است*، چاییم پوتوک (ادبی):** "هنرمندان بزرگ نمی‌توانند از تحمل رنج‌های بزرگ – و نیز از تحمیل آن‌ها – حذر کنند."

درون‌مایه‌ی رمان‌های ادبی اغلب عمیق است. رمانی که نام بردیم داستانی ژرف از نویســـنده‌ای ژرف‌نگر است و طبعاً درون‌مایه‌ی آن هم عمیق و پیچیده است. از نظر ما این رمان به‌طور خاص برای داســـتان‌نویس‌ها جذابیت دارد، زیرا آن‌ها می‌توانند با شخصیت اصلی، اَشـــِـر لـــــو، همذات‌پنداری زیادی داشته باشند. به‌نظـــر ما، این اثر یکی از بهترین آثاری اســـت کـــه در آن هنرمندی به تصویر کشیده شده است.

- ✓ ***بادبادک‌باز*، خالد حسینی (ادبی):** "راهی برای دوباره خوب بودن وجود دارد."

یکی از جمله‌های فصل اول کتاب را، که بیانگر حقیقت باطنی داستان است، برای معرفی درون‌مایه‌ی آن برگزیده‌ایم.

- ✓ ***استخوان‌های دوست‌داشتنی*، آلیس سِبولد (ادبی):** "عدالت در این دنیا وجود دارد."

درون‌مایه‌ی این داستان اندکی مبهم است و ما ناگزیر از حدس زدن منظور و پیام آن بوده‌ایم. درون‌مایه‌ی رمان‌های ادبی ممکن است بسیار ایهام‌آمیز باشد.

- ✓ ***سرعت تاریکی*، الیزابت مون (ادبی):** "با خویشتن خویش صادق باش."

انتخاب یک نقل قول ادبی برای نشان دادن درون‌مایه هیچ اشکالی ندارد. این نقل قول نیز از هملت، اثر شکسپیر انتخاب شده است و به‌شکلی خاص برای این رمان مناسب به‌نظر می‌رسد. شخصیت اصلی یک نابغه‌ی درخودمانده است که شانس درمان درخودماندگی‌اش به او داده می‌شود. اما آیا این درمان، هویت بنیادی‌اش را تغییر خواهد داد؟ انتخاب سختی است و کیست که بتواند بگوید تصمیم درست کدام است؟

- ✓ ***همسر مسافر زمان*، آدری نیفنگر (ادبی):** "عشقی هست که از زمان فراتر می‌رود."

این یک رمان عشقی-ادبی فراموش‌نشدنی است. شخصیت اصلی، کلِر، با هنری ازدواج کرده است. هنری دچار نقصی ژنتیک است که سبب می‌شود در زمان بروز اضطراب شدید در زمان سفر کند. آیا عشق آن‌ها از این تنگنای زمانی جان به در می‌برد؟ بله، اما...

- ✓ ***دختری با گوشواره‌ی مروارید*، تریسی چِوالیِر (تاریخی ادبی):** "یک هنرمند بزرگ همه چیز را قربانی هنرش می‌کند."

درون‌مایه‌ی این رمان به درون‌مایه‌ی نام من اَشِر لِو است شباهت دارد. در هر دوی این کتاب‌ها، هنرمندی بزرگ محور اصلی داستان است. در دختری با گوشواره‌ی مروارید شخصیت اصلی خدمتکاری در خانه‌ی یوهان ورمیر است و داستان، پیشینه‌ی احتمالی یکی از نقاشی‌های مشهور این هنرمند را بیان می‌کند.

- ✓ ***غرور و تعصب*، جین آستن (عاشقانه):** "شخصیت یک مرد از ثروت، ظاهر یا شوخ‌طبعی او مهم‌تر است."

آستن نویسنده‌ای ژرف‌نگر است و برای رمان‌های او می‌توان چندین درون‌مایه در نظر گرفت؛ اما ما فکر می‌کنیم برداشت ما می‌تواند به‌خوبی هر برداشت دیگری باشد. قهرمان زن داستان، لیزی بِنِت دلش می‌خواهد با مردی که عاشقش شده ازدواج کند، نه هر مردی که از راه می‌رسد. از همه مهم‌تر اینکه، او به‌دنبال مردی با شخصیتی قوی است. مرد خوش‌مشرب و انعطاف‌پذیری مثل

آقای بینگلی از نظر او مناسب نیست؛ لیزی مردی مثل آقای دارسی را قبول دارد.

✓ ***تماس، کارل سِیگن (علمی ـ تخیلی):*** "خداوند یک ریاضی‌دان است."

رمان کارل سِیگن درباره‌ی اولین تماس بین انسان‌ها و موجودات فضایی، برای او سکویی فراهم می‌کند که با قرار گرفتن روی آن می‌تواند منظورهای بی‌شماری داشته باشد. اصلاً هم نمی‌شود با قطعیت گفت که کدام درون‌مایه از نظر او بیشترین اهمیت را داشته است. این رمان آتش‌بس احتمالی‌ای برای دعوای دیرینه‌ی مذهب و علم را مطرح می‌کند.

✓ ***پارک گورکی، مارتین کروز (رمزآلود):*** "هیچ کار نیکی بی‌پاداش نمی‌ماند."

ما یک مَثَل مشهور را به‌عنوان درون‌مایه‌ی این داستان انتخاب کرده‌ایم. داستان درباره‌ی پلیس درستکاری است که وظیفه‌ی خود را در دنیایی کثیف انجام می‌دهد.

✓ **چشمک، تِد دِکِر (مهیج مذهبی):** "خداوند بر همه چیز احاطه دارد؛ چه باور داشته باشید، چه نه."

این یکی از درون‌مایه‌های نسبتاً متداول در رمان‌های مذهبی مسیحی است که مخاطبان اصلی دِکِر ارتباط خوبی با آن برقرار می‌کنند.

✓ ***راز داوینچی، دَن براون (مهیج):*** "شاید هر آنچه که تا به حال درباره‌ی مسیح شنیده‌اید، دستخوش تغییر شود."

خطّ داستانی در میانه‌ی داستان برای سه فصل کاملاً متوقف می‌شود. در این مدت یکی از شخصیت‌ها به تفصیل به درون‌مایه‌ای که در بالا ذکر شد می‌پردازد. این رمان شدیداً حول محور درون‌مایه شکل گرفته است و این موضوع سبب افزایش فروش آن در میان افرادی شد که ادعاهای داستان را قبول داشتند. کتاب راز داوینچی از سوی مورخان مورد حملات انتقادی شدیدی قرار گرفت. استدلال آن‌ها این بود که هر آنچه براون فکر می‌کند که درباره‌ی مسیح می‌داند، غلط است. این انتقادهای تند سبب تبلیغ بیشتری برای کتاب شد و به فروش هر چه بیشتر آن کمک کرد.

✓ ***مردی از سن پترزبورگ، کِن فولِت (مهیج تاریخی):*** "خطرناک‌ترین انسان کسی است که ترس را نمی‌شناسد، زیرا در این صورت او نسبت به همه چیز – به جز عشق – نفوذناپذیر خواهد بود."

در رمان‌های مهیج، معمولاً صفحات زیادی صرف بسط دادن درون‌مایه نمی‌شود. اما ما فکر می‌کنیم درون‌مایه‌ی این کتاب را نسبتاً درست فهمیده‌ایم. شخصیت آدمکش این داستان یکی از دوست‌داشتنی‌ترین تبهکارانی است که دیده‌ایم و

خواننده‌ها هم به‌خوبی با او همذات‌پنداری می‌کنند. این در حالی اســت که او، تا زمانی‌که دلیلی برای دوســت داشتن پیدا نکرده است، قادر به حس کردن ترس نیست.

✓ ***شرکت*، جان گریشام (مهیج حقوقی):** "مواظب باش چه آرزویی می‌کنی."

قهرمان این داستان جان گریشــام، میچ مک‌دیری، یک دانشجوی حقوق فقیر است که فقط به‌دنبال شغلی آبرومندانه می‌گردد. او شغل بسیار خوبی پیدا می‌کند اما پذیرفتن این موقعیت کاری شرایطی را به همراه دارد که او خیلی دیر از آن‌ها آگاه می‌شود.

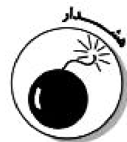
✓ ***جاسوسی که از سردسیر آمد*، جان لو کاره (مهیج جاسوسی):** "جاسوسی کسب و کاری بسیار، بسیار، بسیار، بسیــار کثیـــف است."

وقتی این رمان در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ به چاپ رسید، رمان‌های جاسوسی به‌طور معمول دربرگیرنده‌ی شخصیت‌های سطحی جیمز باند مانند بودند. لو کاره قوانین آفرینش رمان‌های جاسوســی را از سر نوشت. ما معتقدیم که این بهترین رمان جاسوسی‌ای است که تا کنون نوشته شده است.

✓ ***شـــکار اکتبر سرخ*، تام کلنسی (مهیج فناوری نظامی):** "امپراتوری اهریمنی به واسطه‌ی بی‌کفایتی خود از بین خواهـــد رفـــت."

درون‌مایـــه‌ی این رمان تا حد زیـــادی به آنچه درباره‌ی *اربـــاب حلقه‌ها* گفتیم شباهت دارد. داستانِ رمان‌های ژانر مهیج فناوری نظامی اغلب توسط معیارهای عدالت‌خواهی قدرتمندی به پیش رانده می‌شـــود. خواننده‌های این ژانر به‌شکل قاطعی به درست و غلط اعتقاد دارند و می‌خواهند شاهد پیروزی نیکی و شکست بدی‌ها باشند.

انتخاب زمانی برای شناسایی درون‌مایه



درون‌مایه مهم است و در این موضوع شکی نیست. اما اگر اجازه دهید، یک درون‌مایه‌ی قوی می‌تواند بر رمان شما مسلط شود. اگر رمان خود را بیشتر به قصد نمایش درون‌مایه نوشته باشید، این‌ها خطرات اصلی‌ای هستند که در انتظار شما خواهند بود:

✓ **شـــخصیت‌ها ممکن است ســـطحی شـــوند.** اگر پیش از خلـــق شخصیت‌ها، درون‌مایه‌ی داســـتان خود را بدانید، به احتمال زیاد وسوســـه می‌شـــوید آن‌ها را طوری خلق کنید که با درون‌مایه‌ی داســـتان‌تان هماهنگ باشند. در این صورت تـــلاش خواهید کرد از تعریف ارزش‌های ناســـازگار برای آن‌ها پرهیز کنید. زیرا

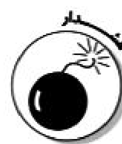
یکی از این ارزش‌ها ممکن اســت با درون‌مایه‌ی داستان شما در تناقض باشد یا سبب گیجی خواننده‌ها شود.

- ✓ **پی‌رنگ داستان از پیش تعیین شـــده خواهد بود.** اگر پیش از ساختن پی‌رنگ داســـتان، درون‌مایه‌ی آن را بدانید، ســـر هم کردن داســـتان، به‌طوری که با آن درون‌مایه جور در بیاید، کار بسیـــــــار آسانی خواهد بود. در چنین شرایطی شما از داشـــتن جریان‌های مختلف داستان یا پی‌رنگ‌های فرعی‌ای که ممکن است پیام داســـتان‌تان را فرسایش دهند، خواهید ترسید. حتی ممکن است به پی‌رنگ خود پشـــت کنید. زیرا گاهی برای اینکه بتوانید داستان را طبق درون‌مایه پیش ببرید، ناگزیر از نادیده انگاشتن پی‌رنگ هستید.
- ✓ **ممکن است نوشتار شما مانند موعظه باشـــد.** البته اگر خواننده‌ها با درون‌مایه موافق باشـــند، داســـتان از نظر آن‌ها موعظه نخواهد بود. اما خواننده‌هایی که با درون‌مایه‌ی شـــما مخالف‌اند، قطعاً داستان شما را یک خطابه تلقی خواهند کرد؛ آن هم خطابه‌ای بســـیار تصنعی و ناخوشایند. رمانی که به‌شدت درون‌مایه‌محور باشـــد، خواننده‌های شما را دو قطبی می‌کند، همچنین ممکن است موج شدیدی از انتقادات را برانگیزد. زیرا منتقدان معمولاً بر این باورند که رمان باید در وهله‌ی اول سرگرم کننده باشد.



فارغ از الگوی نوشـــتاری خلاقی که به‌کار می‌برید (به فصل ۴ مراجعه کنید)، ما بر این باوریم که شـــما باید درون‌مایه‌ی داستان خود را در پایان آن تعریف کنید. زیرا در پایان داستان، جزئیات دنیای داستانی، شخصیت‌ها و پی‌رنگ مشخص شده‌اند. به این صورت، داســـتان شما تبدیل به زمینه‌ای صِرف برای انتقال پیام نخواهد شد. البته عجیب نیست که رمان‌نویس یک داستان را تا آخر بنویسد و خودش هنوز نداند که پیام و منظور اصلی آن چیست. ممکن است او چند پیش‌نویس آماده کند تا بالاخره به معنا و مفهوم داستان پی ببرد. به‌نظر کار درســـتی اســـت. اعتقاد ما بر این اســـت که قوی‌ترین درون‌مایه‌ها آن‌هایی هســـتند که به‌صورت خودجوش از دل داستان برمی‌خیزند. در قسمت بعدی به شما کمک می‌کنیم که درون‌مایه‌ی داستان‌تان را کشف کنید.

با وجود نکاتی که گفتیم، ممکن است حس کنید که می‌خواهید داستان خود را از همان ابتدا حول محور یک درون‌مایه‌ی خاص شـــکل دهید. شاید اصلاً نگران این نباشید که خواننده‌ها ممکن است فکر کنند یک خطیب هستید. اگر چنین شود، به‌نظرتان اشکالی ندارد؟ نه اشـــکال ندارد. کتاب، کتاب شماســـت و شـــما می‌توانید هر چیزی که دلتان می‌خواهد در آن بنویسید. اما حواس‌تان باشد که این رویکرد خطر زیادی دارد (صادقانه بگوییم، ممکن است در عین‌حال رویکرد بسیار نتیجه بخشی هم از کار درآید).



اگر به‌نظر می‌رسد که داستان شما صرفاً برای تبلیغ یک درون‌مایه‌ی خاص نوشته شده است، نماینده‌های ادبی و ویراستاران به‌شدت به اثر شما شک خواهند کرد. ویراستارها معمولاً از موعظه‌هایی که نقاب داستان بر چهره دارند خوش‌شان نمی‌آید. اگر کتابی که می‌خواهید بنویسید چنین ویژگی‌هایی دارد، به احتمال زیاد آن‌ها با شما برخوردی بسیار سخت‌گیرانه‌تر – از آنچه انتظارش را داشتید – خواهند داشت.

از آنجا که خود ما هم از رمان‌هایی که به‌شدت به درون‌مایه وابسته‌اند نفرت داریم، دوست نداریم به این موضوع اعتراف کنیم. اما اگر رمان خود را از ابتدا حول محور درون‌مایه‌ای خاص شکل دهید و اگر بتوانید آن را به چاپ برسانید، به احتمال زیاد زحمات‌تان نتیجه‌ی بسیار خوبی خواهد داد. بسیاری از خواننده‌ها عاشق رمان‌های پیام‌محوری هستند که باورهای شخصی‌شان را تأیید می‌کنند. اگر خواننده‌ها عاشق درون‌مایه یا پیام داستان شما شوند ممکن است درباره‌ی آن با همه‌ی آشنایان‌شان حرف بزنند. به این ترتیب نوعی تبلیغ شفاهی بسیار عالی برای داستان شما انجام می‌شود.

اکثر خواننده‌ها فقط از رمان‌های پیام‌محوری نفرت دارند که به‌زعم آن‌ها "پیامی غلط را منتقل می‌کنند". اگر برخی از خواننده‌های شما از پیام داستان‌تان متنفر باشند، قطعاً این نارضایتی خود را به گوش دیگران خواهند رساند و حتی ممکن است تصویر شما را در اذهان عمومی تخریب کنند. اما این هم به‌نوعی تبلیغ کار شما خواهد بود. احتمالاً می‌توانید چند رمان جدید و بسیار پرفروش را نام ببرید که از نظر شما مزخرف محض هستند و سر تا پایشان چیزی بیش از گزارش چرندیات نیست. ولی با این حال، آن‌ها فروش سرسام‌آوری داشته‌اند که دلیل آن چیزی جز این نیست: تبلیغات منفی برای داستان‌نویس معنی ندارد. با تبلیغات منفی، احتمال اینکه رمان به دست افرادی برسد که آن را موعظه تلقی نمی‌کنند و معتقدند محتوای آن از عقل سلیم سرچشمه گرفته است، بیشتر می‌شود.

اگر می‌خواهید قدم در چنین مسیری بگذارید، باید فروتنی بی حد و حصری داشته باشید. زیرا به احتمال زیاد، از طرف تحسین‌کنندگان آثارتان به‌شدت مورد تمجید قرار خواهید گرفت و در عین‌حال انتقادهای تند و بی‌دلیلی از منتقدان خواهید شنید. بنابراین خودتان را فریب ندهید و حرف‌های افراطی هیچ‌یک از این دو گروه را باور نکنید، زیرا هیچ‌کدام از آن‌ها حقیقت را نمی‌گویند. آن‌ها تنها به پیام داستان شما واکنش نشان می‌دهند، نه به شخص شما.



نوشتن رمانی که به‌شدت وابسته به پیام و درون‌مایه است، یا بسیار نتیجه‌بخش خواهد بود، یا به‌شدت ویرانگر. پیش از آنکه چنین رمانی بنویسید، سه مرتبه به این بیندیشید که آیا نتیجه‌بخش بودن رمان، ارزش تحمل چنین فشاری را دارد یا خیر.

پیدا کردن درون‌مایه‌ی داستان شما

شـــما چطور باید درون‌مایه‌ی داستان خود را پیدا کنید؟ هیچ راه بی‌نقصی برای این کار وجود ندارد. اما این قسمت بعضی از مسیرهای ممکن را به شما معرفی می‌کند.

وانمود کنید تا به واقعیت برسید

شـــما احتمالاً تا حدی می‌دانید که معنای نهفته‌ی داســـتان‌تان چیســـت و این را شاید از همان روز اولی که ایده‌ی نوشـــتن این داســـتان به ذهن‌تان خطور کرد می‌دانستید. درون‌مایه‌ی یک داســـتان ممکن است در ذهن‌تان وضوح کافی نداشته باشد، اما وجود آن حتمی است. وقتی کسی از شما پرسید که درون‌مایه‌ی اثرتان چیست، دادن پاسخی مبهم بلامانع است.

مثلاً اگر مشغول نوشـــتن یک رمان عاشقانه هستید، ممکن است بگویید: "داستان من درباره‌ی مدارا کردن با نیروی عشق است." هیچ‌کس، هیچ‌وقت، به چنین درون‌مایه‌ای انتقاد نخواهد کرد، آن هم به یک دلیل ساده: درون‌مایه در رمان‌های عاشقانه آن‌قدرها اهمیت ندارد.

به‌طور مشـــابه اگر در حال نوشتن رمانی مهیج باشید، ممکن است درباره‌ی درون‌مایه‌ی آن بگویید: "داستان من درباره‌ی قدرت ... است." جای خالی را با هر واژه‌ی دم‌دستی‌ای که به داســـتان‌تان می‌آید پر کنید. "ترس" ممکن است گزینه‌ی خوبی باشد. همچنین "انگیـــزه"، "غفلت"، "دانش"، "اون بچه‌هه"، "شـــرکت‌های چند ملیتی"، "مذهب" یا "فناوری" همگی می‌توانند گزینه‌های مناســـبی باشند. شما واقعاً می‌توانید هر چیزی را که اندکی به داســـتان‌تان ارتباط دارد در این جای خالی قرار دهید و یک الگوی اولیه‌ی خوب برای درون‌مایه‌ی داستان‌تان ایجاد کنید.

خوانـنـــدگان رمان‌های رمزآلود بیشـــتر بـــه یک معمای اصیل و خـــوب علاقه دارند تا درون‌مایه‌ی نهفته در داســـتان. پس اگر رمان رمزآلود می‌نویسید، ممکن است درباره‌ی درون‌مایه‌ی داستان‌تان از شما چیزی نپرسند. اما اگر چنین پرسشی مطرح شد، می‌توانید همان حقه‌ای را به‌کار ببرید که در قســـمت‌های قبل، درباره‌ی رمان‌های مهیج، یادتان دادیم.

اگر رمان خیال‌انگیز می‌نویسید، همیشـــه می‌توانید بگویید: "داستان درباره‌ی نبرد بین خیر و شر است." این احتمالاً برای بسیاری از رمان‌های ترسناک هم جواب می‌دهد.



شـــما می‌توانید با استفاده از حقه‌هایی که در بالا ذکر شد، برای مدتی طولانی به ابهام درون‌مایه‌ی داســـتان خود ادامه دهید. نکته‌ی خوبی که وجود دارد این است که موارد

ذکر شده در بالا، حقیقتاً حقه نیستند. درون‌مایه‌ی داستان شما به احتمال زیاد، تا حدی، به ادعاهایتان شبیه خواهد بود. همین طور که روی داستان‌تان کار می‌کنید، ممکن است روزی فرا برسد که درون‌مایه‌ی آن ناگهان پیش چشم‌تان برجسته شود. وقتی چنین اتفاقی بیفتد، خودتان خواهید فهمید. پس عجله نکنید. به وانمود کردن ادامه دهید تا واقعیت پیش چشم‌تان پدیدار شود.

یعنی این کار (وانمود کردن) اشکالی ندارد؟ البته که نه. شما دارید تمام تلاش‌تان را می‌کنید و از مفاهیم انتزاعی به مفاهیم ملموس و واقعی می‌رسید. داستان، ساختار پیچیده و دشواری دارد و فهمیدن درون‌مایه یکی از سخت‌ترین قسمت‌های داستان‌نویسی است. تقصیر شما نیست که تا به حال موفق نشده‌اید موضوعی عمیق و پیچیده را به‌عنوان درون‌مایه‌ی اثر خود دست و پا کنید. هیچ‌کس حق ندارد شما را به خاطر نداشتن درون‌مایه – پیش از رسیدن موعد آن – به باد انتقاد بگیرد.

بسته به ژانر داستان، مخاطبان اصلی، هدف از نوشتن آن و نیز خود داستان، ممکن است هرگز روزی فرا نرسد که یک درون‌مایه‌ی فوق‌العاده به ذهن‌تان خطور کند. بنابراین درون‌مایه‌ی داستان شما همیشه همان عبارت مبهمی خواهد بود که در وهله‌ی اول به آن اشاره کردید. لازم نیست یک درون‌مایه‌ی بسیار پیچیده و منحصر به فرد برای داستان‌تان داشته باشید. مثال‌هایی که پیش‌تر در این فصل به آن‌ها اشاره شد می‌توانند بر این مسئله صحه بگذارند که بعضی از رمان‌ها به‌وضوح، درون‌مایه‌هایی عمیقی برای خود تعریف کرده‌اند و برخی از آن‌ها پیام بسیار مبهمی دارند.

خواندن رمان خودتان برای اولین بار

فرض کنید که هیچ صدایی از افلاک یک درون‌مایه‌ی خوب برای داستان‌تان را به شما الهام نکرده است. حالا پیش‌نویس اولیه تمام و چند بار هم ویرایش شده است. دنیای داستانی کاملاً واقعی به‌نظر می‌رسد. شخصیت‌ها قوی هستند. پی‌رنگ در تمام شش لایه‌ی پیچیدگی خود چفت و بست خوبی دارد. اما هنوز هم کاملاً مطمئن نیستید که مفهوم اصلی داستان‌تان چیست. رمان خود را مدتی کنار بگذارید. اثر نویسنده‌ی دیگری را – که ترجیحاً درون‌مایه‌ای قوی دارد – مطالعه کنید. لازم نیست این اثر به اثر خودتان شباهت زیادی داشته باشد. فقط کافی است کتاب تازه‌ای باشد که بسیاری از افراد درباره‌ی کیفیت خوب آن اتفاق نظر دارند. سپس با نوشتن جمله‌ای، درون‌مایه‌ی آن کتاب را توصیف کنید.

حالا که چهارچوب ذهنی لازم را پیدا کرده‌اید، سراغ رمان خودتان بروید. بنشینید و تمام کتاب خود را یک‌ضرب بخواهید. وانمود کنید اولین باری است که این داستان را می‌خوانید. مشکلات نگارشی، ایرادهای پی‌رنگ یا ضعف‌های شخصیت‌ها را نادیده

بگیرید. فقط باســرعت بخوانید. وقتی به پایان داستان رسیدید، کتاب را ببندید و از خود بپرسید: "نویسنده در این داستان چه می‌خواهد بگوید؟"

این پرسش ممکن است خلاصه‌ی داستان‌تان را طوری جزغاله کند که از آن تنها یک جمله‌ی کوتاه ـ که بیانگر درون‌مایه‌ی عمیق داســتان شماست ـ برجای بماند. ممکن است این‌طور بشود، ممکن هم هست، نشود.

گوش فرا دادن به شخصیت‌هایتان

اگر دقت کافی برای ســاختن شخصیت‌هایی ســه‌بعدی و واقعی را به خرج داده باشید، ممکن اســت بخواهید به صدای آن‌ها گوش کنید تا ببینید چه حرفی برای گفتن دارند. بعضی از بهترین صحنه‌های این شخصیت‌ها را بخوانید. آیا در نقطه‌ای از داستان آن‌ها روی ســکو می‌روند و شروع به سر دادن جیغ و فغان می‌کنند؟ آیا آن‌ها شما را غافلگیر کردند؟ آیا چیزی گفتند که شما تا به حال بیان نکرده‌اید؟ این‌ها (پاسخ به این سؤالات) ممکن است درون‌مایه‌ای بسیار خوب باشد.



همچنین ممکن اســت بخواهید برای پیدا کردن درون‌مایه با شخصیت‌هایتان مصاحبه کنید. فرض کنید شما خبرنگاری هستید که برای مجله‌ی تایم یک مصاحبه‌ی اختصاصی تهیه می‌کنید. از هر یک از شخصیت‌ها بپرسید که از تجربیات خود در داستان شما چه چیزهایی فهمیده‌اند. پاســخ‌ها را بنویسید. آیا چیز غافلگیر کننده‌ای در میان آن‌ها وجود دارد که خودتان تا کنون به آن فکر نکرده بودید؟ اگر هست، سریع به آن متوسل شوید.

استفاده از خوانندگان آزمایشی



اکثر نویسنده‌ها دوستانی دارند که عاشق کتاب خواندن هستند. وقتی پرداخت رمان‌تان تقریباً تمام شــد، چند نسخه از آن را به دوســتان‌تان بدهید و از آن‌ها بخواهید که آن را بخواننــد. قــول بدهید در مقدمه، با ذکر نام، از آن‌ها تقدیر و تشــکر کنید؛ البته تنها در صورتی‌که تا موعد خاصی خواندن کتاب شــما را به پایان رســانند. از آن‌ها بپرسید که رمان شــما برایشان چه معنایی داشته است. آیا هیچ‌یک از شخصیت‌ها حرف بسیار تأثیرگذاری زده اســت؟ کاملاً ممکن است که شما اعصاب یکی از خواننده‌ها را حسابی به‌هم بریزید. اگر در حال حاضر درون‌مایه‌ای در ذهن دارید، خواننده‌های آزمایشی‌تان به شما خواهند گفت که آیا این درون‌مایه از نظر آن‌ها طنین خوبی در داستان دارد یا خیر.

آیا لازم است درون‌مایه داشته باشیم؟

اگر – بر خلاف تمام تلاش‌هایتان – هنوز هم نتوانســته باشید درون‌مایه‌ای قوی برای داستان‌تان پیدا کنید چه؟ بدترین اتفاقی که می‌تواند بیفتد چیست؟

بدترین اتفاقی که می‌تواند بیفتد این اســـت که بعضـــی از خواننده‌ها درون‌مایه‌ای را از داستان شما برداشت کنند که وجود خارجی ندارد. ممکن است شما را محکوم به داشتن "دیدگاهی بی‌روح و حاکی از یأس پوچ‌گرایانه‌ی هستی" بکنند؛ کاری نداریم که معنی این عبارت چه ممکن است باشد. درک نشدن دردناک است، اما شما را نخواهد کشت.

ســـایر خواننده‌ها ممکن است فکر کنند که داستان شما اصلاً درون‌مایه ندارد و شما را محکوم به ســـطحی‌نگری کنند. تحمل این اتهام، از درک نشدن، آسان‌تر است. اما باز هم برایتان خوشـــایند نخواهد بود. نویسنده‌های معدودی هستند که دلشان می‌خواهند سطحی به‌نظر بیایند. باز هم تأکید می‌کنیم که این موضوع شما را نخواهد کشت، پس به خودتان نگیرید.



بســـیاری از خواننده‌ها حتی متوجه نمی‌شوند که رمان شما عاری از درون‌مایه‌ای قوی اســـت. خواننده‌ها در وهله‌ی اول به‌دنبال سرگرمی‌اند و بســـیاری از آن‌ها به‌دنبال این هستند که گوشه‌ای لم بدهند و از خواندن لذت ببرند. اینها پی چیز عمیقی نمی‌گردند و به این ترتیب، در صورت نبود یک درون‌مایه‌ی قوی ناراحت نخواهند شد.

اصلاح درون‌مایه‌ی داستان‌تان

اگر درون‌مایه‌ی داستان‌تان را پیدا نکردید، این احتمال قوی وجود دارد که درون‌مایه‌ی داســـتان‌تان به‌خوبی نتواند بســـط پیدا کند. دلیل این امر هم این است که شما داستان را صرفاً به منظور به تصویر کشـــیدن درون‌مایه‌ای نخ‌نما ننوشته‌اید. شما این داستان را نوشـــتید تا خواننده را از نظر حســـی تحت تأثیر قرار دهید. در این فرایند، ممکن است درون‌مایه‌ای از دل داســـتان شما جوشیده باشـــد که حالا می‌توانید کمی آن را پررنگ کنید. دوباره تمام رمان خود را بخوانید و جاهایی را که می‌توانند اندکی بیشتر درون‌مایه را آشکار کنند مشخص کنید. کلمه‌ی کلیدی ما در جمله‌ی قبل *اندکی* است.



درون‌مایه‌ی داســـتان خـــود را تقویت کنید. اما در برابر وسوســـه‌ی توضیح دادن آن مقاومت کنید. خواننده باهوش اســـت، پس به او اطمینان کنید و بدانید که منظورتان را خواهد فهمید.

چیزی که شـــما دنبالش می‌گردید، قسمت‌هایی از داستان است که درون‌مایه در آن‌ها به‌صورت طبیعی بروز می‌کند، اما اندکی مبهم یا کژتابیده به‌نظر می‌رسد. این قسمت‌ها را شـــفاف‌تر بیان کنید؛ منظور ما از اینکه باید درون‌مایه‌ی داستان خود را تقویت کنید همین است.

همچنین شـــما به‌دنبال قسمت‌هایی از داستان هســـتید که درون‌مایه در آن‌ها خودش را به‌شـــکلی تقریباً غیرطبیعی نشـــان می‌دهد (منظورمان قسمت‌هایی است که حضور

درون‌مایه در آن‌ها مزاحم، اجباری یا صرفاً تصنعی به‌نظر می‌رسد). این قسمت‌ها را اندکی اصلاح کنید؛ یا از حضور درون‌مایه در آن‌ها بکاهید و یا آن را به‌کلی حذف کنید. درون‌مایه باید بتواند داستان را پیش ببرد، نه اینکه سبب پس‌رفت آن شود. بعضی از آزمون‌هایی که برای اصلاح درون‌مایه به‌کار می‌برید از این قرارند: اگر درون‌مایه در چکیده‌ی روایی بروز کند، احتمالاً نویسنده دارد در داستان دخالت می‌کند. اگر درون‌مایه در گفت‌وگوی شخصیت‌ها یا تک‌گویی‌های ذهنی آن‌ها بروز کند، احتمالاً حضور آن بلامانع است (مخصوصاً اگر در پیش بردن داستان نقش داشته باشد). اگر به واسطه‌ی کنش‌های ملموس داستان به درون‌مایه اشاره شده باشد، آنگاه با احتمال بسیار زیاد، حضور آن منطقی است.

حواس‌تان به جاهایی از داستان که با درون‌مایه تناقض‌دار، باشد. اگر چنین نقاطی پیدا کردید، یا می‌توانید آن‌ها را به‌گونه‌ای رفع کنید که تناقض از بین برود و یا با نوشتن یکی دو خط بر آن‌ها صحه بگذارید (به‌طوری که مشخص شود شما، به‌عنوان نویسنده می‌دانید تناقض‌هایی وجود دارند و هیچ پاسخ آسان و مستقیمی موجود نیست). خواننده‌ها باهوش هستند و متوجه تناقضات و ناسازگاری‌هایی می‌شوند که به‌زعم آن‌ها از دید شما دور مانده است. اما اگر شخصیت‌های شما بر این تناقض‌ها صحه بگذارند – یا با آن‌ها گلاویز شوند – خواننده خواهد دانست که شما از وجود تناقض‌ها آگاهید. به این ترتیب می‌توانید قسر در روید.

بخش ۳

ویرایش و پرداخت داستان و شخصیت‌ها

موج پنجم ریچ تنانت



"حالا که اصرار می‌کنی، باید بگویم دلیل اینکه در هیچ‌یک از رمان‌هایم حضور نداری این است که شخصیت قابل باوری نیستی."

در این بخش...

اگــر بتوانیــد در اولین پیش‌نویس هر داســتانی که می‌نویســید، نثری بی‌نقص داشته باشــید، فوق‌العاده است. اما واقعیت نویسندگی این است که ویرایش و پرداخت هستند که داستان‌های فوق‌العاده‌ای را به مرحله‌ی عرضه و درخشش می‌رسانند. در این بخش تحلیل شخصیت‌ها، بررسی موشکافانه‌ی ساختار داستان و نیز ویرایش صحنه‌ها را به شما یاد می‌دهیم.

فصل ۱۲

تحلیل شخصیت‌های داستان

در این فصل

- خواندن داستان به منظور بررسی شخصیت‌ها
- ثبت جزئیات مربوط به شخصیت‌ها
- تحلیل انگیزه‌ها
- ارزیابی راوی و شخصیت مُشرف انتخابی
- بهبود شخصیت‌ها

پس از اینکه داســـتان‌تان را نوشتید، باید عینک ویرایش به چشم بزنید و از قوام نوشتار خود اطمینان حاصل کنید. این کار با تحلیل دقیق شخصیت‌ها آغاز می‌شود. داستان‌های عالی، نیازمند شـــخصیت‌های عالی هســـتند. پس، از بازنویسی شخصیت‌هایتان واهمه نداشته باشید و این کار را تا زمانی‌که آن‌ها کاملاً زنده و سه‌بعدی شوند ادامه دهید.

در فرایند داستان‌نویســـی زمانی فرا می‌رســـد که شـــما باید پرونده‌ی شـــخصیت‌ها را طرح‌ریزی کنید. پرونده‌ی شخصیت، تمام اطلاعات مربوط به او را یکجا در اختیار شما می‌گذارد. این عنصر برای حفظ ثبات داســـتان و خلق شخصیت‌های کامل لازم است. عاقلانه اســـت که حتی اگر چیز زیادی هم درباره‌ی شـــخصیت‌ها نمی‌دانید، جمع‌آوری پرونده‌ی آن‌ها را پیش از آغاز به نوشـــتن داســـتان شـــروع کنید. در ضمن هوشمندانه اســـت که همزمان با نوشتن داســـتان یا حتی پس از خوانش و ویرایش آن در انتهای کار، همچنان مطالبی را به این پرونده اضافه کنید. با این حال، تقریباً تمام نویســـنده‌ها شخصیت‌های داستان خود را پس از نوشتن اولین پیش‌نویس تحلیل می‌کنند. به همین دلیل است که پرونده‌ی شخصیت را در این فصل برایتان توضیح می‌دهیم.

ما در فصل ۷ درباره‌ی اهمیت انگیزه‌ی شـــخصیت‌ها با شما صحبت کردیم. تعریف ما از انگیزه، ترکیبی است از مجموعه‌ی ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی. شما نمی‌توانید بدون داشتن هدف داســـتانی یک داستان بنویســـید، زیرا هدف داستانی ملموس‌ترین چیزی اســـت که شخصیت اصلی داســـتان می‌خواهد آن را داشته باشد، انجام‌اش دهد یا به آن تبدیل شـــود. در حالت عادی هدف داســـتانی از یک انگیزه‌ی انتزاعی و درونی شخصیت سرچشـــمه می‌گیرد. انگیزه‌ها نیز به نوبه‌ی خود از دل ارزش‌های شخصیت برمی‌خیزنـــد. (ارزش یعنی حقایق درونی‌ای که شـــخصیت به بدیهی بودن آن‌ها ایمان

دارد و نمی‌تواند آن‌ها را توضیح دهد.) ارزش‌ها از کجا می‌آیند؟ پاسـخ این سؤال بر ما پوشیده است. ارزش را نمی‌توان به‌طور کامل شرح داد، اما می‌توان با توجه به پیشینه‌ی داســتانی شخصیت شما، توجیهات نســبی برای آن ارائه داد. ممکن است داستان را با دیدگاهی نوشــته باشــید که به‌نظر خودتان بدیهی می‌آید. وقتــی که آمادگی ویرایش داســتان را پیدا کردید، باید آن دیدگاه را دوباره بررســی کنید و مطمئن شــوید که با ماجرای داســتان‌تان تناسب کافی دارد. سپس باید ببینید که آیا در سرتاسر نوشتار خود، در انتخاب زوایای دید ثبات داشته‌اید یا خیر.

در این فصل شــما را با مراحل تحلیل و اصلاح شــخصیت‌های داستان آشنا می‌کنیم. همچنین به بحــث درباره‌ی ثبت کوچک‌ترین جزئیات مربوط به شــخصیت‌ها، رجوع بــه انگیزه‌های آن‌ها، حصول اطمینــان از تأثیرگذاری زوایای دیــد انتخابی و تقویت شخصیت‌ها خواهیم پرداخت.

خواندن کامل و پیشرفته: کسب آمادگی برای ویرایش

پیــش از آنکه ویرایش را آغاز کنید، باید به نمای کلی کار نگاهی بیندازید. توصیه‌ی ما به شــما این است که مروری کامل و پیشرفته بر کل داستان انجام دهید تا نمای کلی آن را ببینید. حین خواندن داستان اصلاً به خود آن دست نزنید. به‌جای این کار درباره‌ی کارهایی که باید انجام دهید یادداشت بردارید و توصیه‌هایی را که در ادامه‌ی این فصل در اختیارتان خواهیم گذاشت به‌کار ببندید.



دست‌نوشته‌ی کامل‌شــده را بادقت بخوانید و از هر صحنه یادداشت بردارید. می‌توانید نظرات‌تان را روی کاغذ بنویسید، یا آن‌ها را در متن وارد کنید. اگر این کار را در نرم‌افزار وُرد انجام می‌دهید، از گزینه‌ی **Comment** استفاده کنید. ویرایش نکنید. هدف شما در این مرحله این است که از قوام ساختار شخصیت‌ها اطمینان حاصل کنید. با خواندن هر صحنه، در ذهن خود به این سؤالات پاسخ دهید:

- ✓ شخصیت مُشرف این صحنه کیست؟ آیا او بهترین گزینه‌ی شخصیت مُشرف در این صحنه است؟
- ✓ اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی، اول‌شخص یا دوم‌شخص می‌نویسید، آیا فقط چیزهایی را می‌نویســید که شخصیت مُشرف می‌بیند، می‌شنود، می‌اندیشد، می‌داند، احساس می‌کند، می‌بوید، می‌چشد یا لمس می‌کند؟
- ✓ اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف می‌نویسید، آیا در جایی از داستان، تصادفاً از احساسات یا تک‌گویی‌های درونی استفاده کرده‌اید؟ آیا این بدین معناست که شما در خفا دوست دارید از زاویه‌ی دید سوم‌شخص معمولی استفاده کنید؟

- ✓ آیا شـــخصیت‌های شـــما بیان‌های منحصر به فرد و خاصـــی در گفت‌وگوها و تک‌گویی‌های درونی دارند؟
- ✓ آیا شخصیت‌ها کسل‌کننده، سطحی، غیرقابل باور و نچسب هستند؟

پس از اینکه خوانش کامل و پیشرفته را تمام کردید، همچنان کارهای زیادی باید انجام دهید تا شخصیت‌هایتان را به‌خوبی تکمیل کنید. مراحل زیر را به‌ترتیب انجام دهید:

۱. تمام یادداشت‌های خود را مرور کنید و در آن‌ها به‌دنبال الگو بگردید.

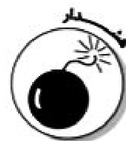
مشکلات اصلی هر یک از شخصیت‌ها چیست.

۲.زمانی را صرف فلسفیدن درباره‌ی شخصیت‌ها کنید.

چه تغییراتی باید ایجاد کنید تا شخصیت‌ها را به حد انتظار برسانید.

۳.با مرور پرونده‌ی هر شخصیت، آن را بهبود بخشید.

برای اطلاعات بیشـــتر درباره‌ی نحوه‌ی آماده کردن پرونده‌ی شخصیت، قسمت بعدی را بخوانید.



هنوز وقت آن نرســـیده که در دست‌نوشـــته‌ی خود دست ببرید. ممکن است در ساختار داستان و صحنه‌ها مشکلاتی وجود داشته باشد که ناگزیر از اصلاح آن‌ها باشید. از آنجا که شـــخصیت و پی‌رنگ دو عنصر درآمیخته‌اند، این نیـــاز وجود دارد که پیش از ایجاد تغییرات، به‌خوبی به این دو بپردازید. وقتی خواستید اصلاحاتی را که در فصل‌های ۱۳، ۱۴ و ۱۵ از آن‌ها صحبت خواهیم کرد اعمال کنید، باید همه‌ی مطالب جدیدی را که در این فصل درباره‌ی شخصیت‌ها کشف خواهید کرد نیز در نظر بگیرید.

پرونده‌سازی برای شخصیت‌ها

فرض کنید در حال خواندن ای‌میل‌های هواداران‌تان هستید که ناگهان متوجه می‌شوید یکی از آن‌ها حس مثبت‌تری نســـبت به بقیه دارد. عنوان این ای‌میل از این قرار است: "عاشق رمان‌تان شدم!!!!" ای‌میل را باز می‌کنید و نگاهی به آن می‌اندازید:

نویسنده‌ی محترم

تمام شب بیدار نشســـته بودم و رمان شما را می‌خواندم. از واژه واژه‌ی آن لذت بردم. در طول داستان، حسابی مرا سر کار گذاشته بودید. تبریک می‌گویم. چون من خیلی رمان می‌خوانم و ســـر کار گذاشتن‌ام کار سختی است. در حال حاضر دارم روی رمان خودم کار می‌کنم. هیچ اجباری در کار نیســـت، آیا دوست دارید آن را مطالعه کنید؟

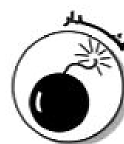
در ضمن، با اجازه‌ی شـــما مایلم عرض کنم که حاضرم به‌عنوان نمونه‌خوان در خدمت‌تان باشم. متوجه شدم که کِـیتی‌سو در صفحه‌ی ۱۷ کتاب شما چشمانی سبز دارد، اما در صفحه‌ی ۳۲۳ چشم‌هایش قهوه‌ای‌اند. جوناس هم در صفحه‌ی ۳، ۱۸۰ پوند اســـت، اما ســـه فصل بعدتر، وزن‌اش به ۲۱۰ پوند رسیده است. در حالی‌که در تمام این ســـه فصل اثری از پرخوری در او دیده نمی‌شـــد. در ضمن می‌خواســـتم بپرسم که چطور مادربزگ مادری جوناس اول ایرلندی بود، دفعه‌ی دوم مجار و در پایان داستان باز هم ایرلندی؟

به جز این موارد، داستان فوق‌العاده‌ای بود! درباره‌ی نمونه‌خوانی هم مرا در جریان بگذارید. من از شما پول زیادی نخواهم گرفت، چون فقط ۱۲ سال دارم.

هوادار شما،

جیم‌باب

حقیقت این اســـت که نمی‌توان جلوی اشـــتباهات را گرفت. شـــما هرگز کتاب کاملاً بی‌نقصی نخواهید نوشـــت (اگر هم بتوانید چنین اثـــری خلق کنید موجود اعصاب خرد کنی خواهید شد که دیگر نویسنده‌ها او را به چشم جوجه اردک زشت خواهند دید). اما هدف شـــما باید همواره رسیدن به کمال باشـــد؛ حتی اگر مطمئن باشید که رسیدن به کمال سرابی بیش نیست. شما به خاطر تک‌تک اشتباهات‌تان به واسطه‌ی نامه‌هایی که امثال جیم‌باب برایتان خواهند نوشت، مجازات خواهید شد و این را هم بدانید که برخورد همه‌ی آن‌ها زیبا نخواهد بود.



یکی از خجالت‌آورترین اشـــتباهاتی که ممکن اســـت از شـــما ســـر بزنـــد، بی‌ثباتی شـــخصیت‌هایتان است. تغییر رنگ چشـــم، افزایش یا کاهش ناگهانی وزن و تغییرات پیشـــینه‌ی قومی تنها سه مورد از بی‌ثباتی‌هایی هستند که ممکن است در داستان شما پیش بیایند. وقتی که داستان تنها یک یا دو شخصیت محوری دارد و یا وقتی فقط یک کتاب نوشته‌اید، با احتمال کمتری مرتکب اشتباه خواهید شد. اما همین که شخصیت‌ها و کتاب‌هایتان پرتعداد شوند، اوضاع حسابی قمر در عقرب خواهد شد.

سپر دفاعی شما در برابر تمام این نقص‌ها، پرونده‌سازی است؛ پرونده‌ای که در آن تمام جزئیاتی را که باید درباره‌ی تک‌تک شخصیت‌ها به خاطر بسپارید، ثبت می‌کنید. پرونده نه عنصری تشریفاتی و شـــیک، بلکه ابزاری است که کارتان را روی غلتک می‌اندازد. پس بهتر است آن را جایی نگه‌دارید که پیدا کردن‌اش در آینده راحت باشد.

نویسندگان از پرونده‌ی شخصیت‌ها دو استفاده‌ی متمایز می‌کنند:

- ✓ **به‌عنوان ابزاری نوآورانه:** نوشتن پرونده، تمرین بسیار خوبی برای شناختن تمام شخصیت‌های داستان اســـت. پرونده ابزار کارآمدی است که خلاقیت شما را به

اشـــکال غیرقابل پیش‌بینی‌ای بارور می‌کند. ممکن نیست که از قبل بدانید کدام جزئیات روی داســـتان شـــما تأثیر خواهند گذاشـــت و کدام‌یک از آن‌ها بی‌تأثیر خواهند بود. بنابراین بهتر اســـت همه چیز را در پرونده‌ی شخصیت‌ها ثبت کنید (حتی چیزهایی که به‌نظرتان ربط خاصی به اصل داستان ندارند).

اگـــر تا لحظه‌ی پایـــان پیش‌نویس اولیـــه، هنوز پرونده‌ای برای شـــخصیت‌ها نساخته‌اید، نگران نشوید. در این مقطع از کار هم، پرونده‌سازی برای شخصیت‌ها می‌تواند به کشف ایده‌های بدیعی برای پیش‌نویس دوم داستان بینجامد. بعضی از جزئیات پیشِ پا افتاده‌ی شخصیت‌ها، در ادامه‌ی فرایند داستان‌نویسی، تلنگرهای خوبی برای گســـترش پی‌رنگ هســـتند. مثلاً ممکن است فکر کنید اصلاً و ابداً نیازی به دانستن نام اولین سگ خانگی شخصیت‌تان ندارید. اما نوشتن نژاد این حیوان در پرونده‌ی شخصیت، می‌تواند بعداً تبدیل به این ایده شود که شخصیت داستان شما درباره‌ی نژاد سگ‌ها و خرید و فروش آن‌ها اطلاعات زیادی دارد.

- ✓ **به‌عنوان ابزاری برای ویرایش:** اگر جزئیات پرتعداد شـــخصیت‌ها را ثبت کنید، وقتی ثبات داســـتان دچار مشـــکل می‌شـــود، می‌توانید با مراجعـــه به پرونده‌ی شـــخصیت‌ها، مشـــکل به وجود آمده را حل کنید. در ساعت ۳ بامداد روزی که بناســـت کتاب را تحویل دهید، یافتن رنگ چشـــم کـــِیتی‌سو یا وزن جوناس در یک پرونـــده‌ی ده صفحه‌ای از زیر و رو کردن یک دست‌نوشـــته‌ی چندصد صفحه‌ای آسان‌تر است.

توصیه‌ی ما این اســـت که پوشـــه‌ای مجـــزا در حافظه‌ی کامپیوترتان درســـت کنید و (مثلاً) عنوان آن را بگذارید "کتاب‌های نوشـــته شده"؛ ســـپس در این پوشه، برای هر یک از کتاب‌هایی که می‌نویســـید پوشـــه‌ای مجزا بسازید که عنوان آن با عنوان کتابی که نوشـــته‌اید (یا حروف اختصاری عنوان آن) یکی باشـــد. در پوشـــه‌ای که خودِ رمان را در آن ذخیره کرده‌اید، پوشـــه‌ی دیگری بســـازید و اســـم آن را بگذارید "پژوهش" و پرونده‌ی شـــخصیت خود را در آن ذخیره کنید. در ضمن می‌توانید یک صفحه‌ی جدید (new document) باز کنید و اســـم آن را بگذارید "شـــخصیت‌ها" و در آن اطلاعات ضروری همه‌ی شخصیت‌های آن رمان را بنویسید.

چه چیزهایی باید در پرونده‌ی شخصیت‌ها ذکر شود؟ تمام چیزهایی که می‌توانند به شما در درک بهتر شخصیت داستان‌تان کمک کنند؛ یا تمام چیزهایی که می‌توانند کمک‌تان کنند جزئیات بی‌شماری را که باید بدانید، به‌یاد بیاورید. توصیه می‌کنیم خصوصیات زیر را پرونده‌ی شخصیت خود بگنجانید:

- ✓ ویژگی‌های جسمانی
- ✓ زندگی عاطفی و خانوادگی

- ✓ رویکرد فکری و فلسفی
- ✓ پیشینه‌ی داستانی و انگیزه

این قسمت عناصر بالا را به‌دقت توضیح می‌دهد.

ویژگی‌های جسمانی

ویژگی‌های جسمانی آســان‌ترین مواردی‌اند که می‌توان به خاطر سپرد و در عین‌حال، اشتباهاتی که ممکن اســت درباره‌ی آن‌ها رخ دهد، خجالت‌آورترین اشتباهات هستند؛ مثلاً هیچ توضیح آبرومندانه‌ای برای تغییر رنگ چشم یک شخصیت از آبی به قهوه‌ای وجود ندارد. باید هر چیزی را که به‌نظرتان مهم اســت، ثبت کنید. در اینجا چند ویژگی خاص را که ثبت کردن‌شان لازم است، به شما پیشنهاد می‌کنیم:

- ✓ تاریخ تولد و سن
- ✓ قد و وزن
- ✓ قومیت و اصلیت
- ✓ رنگ چشم و مو

توصیف دقیقی از ظاهر و ویژگی‌های جســمانی شــخصیت ارائه دهید و در آن به جای زخم‌ها، معلولیت‌های جسمی و طرز لباس پوشیدن او نیز اشاره کنید.

زندگی عاطفی و خانوادگی

خواننده‌های شــما می‌خواهند از زندگی خصوصی شخصیت‌ها سر دربیاورند. این مورد، نسبت به ویژگی‌های جسمانی شخصیت‌های داستانی، کمی گسترده‌تر است. در اینجا به تعدادی از نکاتی که می‌توانید کار خود را با آن‌ها شروع کنید اشاره می‌کنیم. نکات زیر را، به همراه سایر مسائلی که برای شخصیت‌هایتان مناسب به‌نظر می‌رسند، در نظر بگیرید:

- ✓ خلق و خوی او چطور است؟ در حداکثر ۲۵ کلمه توضیح دهید.
- ✓ شخصیت شما از چه نوع شوخ‌طبعی‌ای برخوردار است؟
- ✓ باورهای مذهبی شخصیت داستان‌تان چگونه است؟ توضیح دهید که این باورها را از کجا آورده است.
- ✓ شخصیت داستان شما به کدام حزب سیاسی وابسته است و چرا؟
- ✓ شخصیت داستان شــما از چه خانواده‌ای می‌آید؟ خانواده‌ی او را توصیف کنید و

دربارەی والدین، خواهر، برادر و فرزندانش توضیح دهید. ممکن است لازم شود از پدربزرگ و مادربزرگ، عمو/عمه/خاله/دایی‌زاده‌ها، همسر و سایر خویشان او هم صحبت کنید.

- ✓ دوستان شخصیت شما چگونه آدم‌هایی هستند؟ توصیف‌شان کنید و بهترین دوست مذکر یا مؤنث شخصیت خود را نیز معرفی کنید.
- ✓ دشمنان شخصیت چه کسانی‌اند؟ توضیح دهید که آن‌ها چطور با او دشمن شدند.
- ✓ در جیب، کیف پول، کیف دوشی و کوله‌پشتی شخصیت‌تان چه چیزهایی وجود دارد؟ محتویات آن‌ها را بادقت توصیف کنید.
- ✓ خانه‌ی شخصیت‌تان چه شکلی است؟ آن را دقیق توصیف کنید.
- ✓ بهترین و بدترین خاطره‌ی کودکی او چیست؟
- ✓ شخصیت داستان شما چه توصیفی از خود ارائه می‌دهد؟
- ✓ دوستان این شخصیت او را چطور توصیف می‌کنند؟

زندگی حرفه‌ای و فلسفی

شخصیت شما وجهه‌ای عمومی دارد که مسائلی نظیر تحصیلات و شاید حرفه در آن می‌گنجند. در ادامه نکاتی را ذکر می‌کنیم که ممکن است لازم باشد در پرونده‌ی شخصیت‌های داستان خود به آن‌ها بپردازید:

- ✓ پیشینه‌ی تحصیلی
- ✓ سوابق کاری و نوع حرفه‌ی او
- ✓ موسیقی، کتاب و فیلم‌های مورد علاقه‌ی او
- ✓ سرگرمی‌های مورد علاقه‌ی او
- ✓ فلسفه‌ی شخصی او (و اینکه این فلسفه از کجا آمده است)

پیشینه و انگیزه

بیان پیشینه و انگیزه‌های شخصیت داستان در قسمت‌هایی از نوشتار امری ضروری است. پرونده‌ی شخصیت، فضای بسیار خوبی برای ذکر این نوع اطلاعات به‌دست می‌دهد، زیرا می‌توانید در زمان نیاز به آن‌ها دسترسی پیدا کنید. پرونده‌ی شخصیت باید شامل انگیزه‌ها و پیشینه‌ی داستانی او باشد. اگر این موارد را برای شخصیت اصلی خود مشخص و تعریف نکرده‌اید، تأکید می‌کنیم که تمرین‌هایی را که در فصل ۷ برایتان در

نظر گرفته‌ایم، برای هر یک از شـــخصیت‌ها انجام دهید. صادقانه بگوییم که هیچ چیز جایگزین خوبی برای این تمرین‌ها نخواهد بود.

در پرونده‌ی شخصیت، یک صفحه (یا بیشتر) را برای پیشینه‌ی داستانی شخصیت‌های اصلی و کمتر از یک صفحه را برای پیشـــینه‌ی شخصیت‌های حاشیه‌ای در نظر بگیرید. همچنین لازم اســـت در چند جمله ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داســـتانی شخصیت‌های اصلی را بیان کنید.



می‌توانید در هر زمانی‌که برایتان مناســـب‌تر اســـت، به انگیزه و پیشینه‌ی شخصیت‌ها بپردازید. این بستگی به الگوی نوشتاری خلاقانه‌ی شما دارد (که در فصل ۴ به تفصیل دربـــاره‌ی آن‌ها و نحوه‌ی تأثیرگذاری‌شـــان روی روند کاری خلاق نویســـنده توضیح داده شـــد). اگر از پیروان روش غریزی یا ویرایش همزمان هســـتید، ممکن است کل پیش‌نویس اولیه را بنویســـید و بعد تازه به انگیزه‌ها یا پیشینه‌ی شخصیت‌ها فکر کنید. اگر روش طرح کلی یا دانه‌برفی را دنبال می‌کنید، احتمالاً ترجیح می‌دهید ابتدا انگیزه‌ها و پیشینه‌ی شخصیت را مشخص کنید تا پیش‌نویس اولیه‌ی کارتان به نسخه‌ی نهایی آن شـــباهت بیشتری داشته باشـــد. فرقی نمی‌کند کدام روش را مناسب می‌دانید. فقط سعی کنید، حتماً کارهایی را که از شما خواستیم انجام دهید.

در قسمت بعدی از شما می‌خواهیم شخصیت‌ها را روانکاوی کنید و به کنکاش در ژرفای انگیزه‌های آن‌ها بپردازید.

روانکاوی شخصیت‌ها

بزرگ‌ترین مشکلی که نویسنده‌ها با انگیزه‌ی شخصیت‌ها دارند این است که اصلاً برای آن‌ها انگیزه‌ای در نظر نمی‌گیرند. راه‌حل اصلی این مشـــکل تلاشی آگاهانه برای یافتن انگیزه‌های درونی هر یک از شخصیت‌های مهم است (در فصل ۷ درباره‌ی انگیزه‌های درونی صحبت کردیم):

- ✓ **ارزش‌ها:** حقایق درونی شخصیت شما کدام‌اند؟ می‌توانید به چند مورد اشاره کنید.
- ✓ **آرزو:** کدام امر انتزاعی اســـت که شخصیت شما آن را بیش از هر چیزی در این دنیا طلب می‌کند؟
- ✓ **هدف داستانی:** کدام امـــر ملمـــوس است که شخصیت شما رسیـــدن یا تبدیـــل شدن به آن را همسنـــگ رسیدن به آرزویش می‌داند؟

اگر این موارد را برای شخصیت‌ها مشخص کرده‌اید که خیلی عالی است. در این صورت هدف‌تان باید ویرایش اثر جهت بهبود این موارد، عمق بخشـــیدن به شـــخصیت‌های

داستان، برجسته کردن کشمکش‌ها و منطقی جلوه دادن تمام این‌ها برای خواننده باشد. نکاتی که در قسمت بعدی خواهید آموخت، می‌توانند شما را در انجام چنین کارهایی یاری کنند.

آیا ارزش‌ها با هم در تناقض‌اند؟



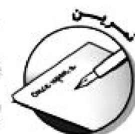
هر شخصیت ارزش‌هایی دارد. داستان‌های فوق‌العاده از ناسازگاری این ارزش‌ها به وجود می‌آیند. ارزش‌ها حقایقی درونی هستند که شخصیت داستان شما آن‌ها را، بدون آزمودن، بدیهی می‌پندارد. وقتی حقایق درونی شخصیت اصلی‌تان دچار تناقض باشند، او غیرقابل پیش‌بینی خواهد بود و به تبع آن، داستان هم غیرقابل پیش‌بینی می‌شود.

حالا دو مورد از ارزش‌های متناقض دُن کورلئونه، رهبر مافیایی رمان *پدرخوانده*، اثر ماریو پوزو را در نظر بگیرید:

- ✓ "هیچ چیز از احترام مهم‌تر نیست"
- ✓ "هیچ چیز از خانواده مهم‌تر نیست."

مشکلات دُن کورلئونه زمانی آغاز می‌شود که یک عضو جوان مافیا نزد او می‌آید و به او پیشنهاد همکاری در یک معامله‌ی مواد مخدر می‌دهد. کورلئونه معتقد است که این نوع خلاف برای کسب و کار او آمد ندارد و به همین دلیل نمی‌خواهد در آن دست داشته باشد. اما سانی، پسر ارشد دُن کورلئونه، به این کار علاقه نشان می‌دهد و قضاوت پدرش را در حضور دلال مواد زیر سؤال می‌برد. این کار او بی‌احترامی علنی و گستاخانه‌ای تلقی می‌شود. دُن کورلئونه پسرش را توبیخ می‌کند، اما او را از خود نمی‌راند. در اینجا، عشق او به خانواده‌اش، با نیاز او به احترام دچار کشمکش است.

این اشتباهی جبران‌ناپذیر بود. دلال مافیا که تحقیر هم شده است، متوجه نقطه ضعف کورلئونه می‌شود و تلاش می‌کند او را ترور کند تا بتواند معامله را با پسرش سانی انجام دهد. به این ترتیب درگیری خشونت‌بار و شدیدی بین خانواده‌ی کورلئونه و پنج خانواده‌ی مافیایی بزرگ نیویورک آغاز می‌شود.



وقتی داستان خود را می‌خوانید، به این پرسش پاسخ دهید که آیا ارزش‌های شخصیت‌های اصلی دچار تناقض هستند یا خیر؟ اگر نه، آیا می‌توانید آن‌ها را طوری اصلاح کنید که تناقض پیدا کنند؟ آیا می‌توانید با افزودن ارزش جدیدی، ارزش‌های فعلی را به ورطه‌ی ناسازگاری بکشانید؟

آیا ارزش‌ها با توجه به پیشینه‌ی شخصیت منطقی‌اند؟

شـــخصیت های داستان شما معمولاً نمی‌توانند توجیهی برای ارزش‌هایشان ارائه دهند. ارزش حقیقتی اســـت که تقدس و صحت آن به‌قدری زیاد است که صرفاً نمی‌توان آن را توضیح داد. اگر شخصیتی بتواند ارزش‌هایش را توضیح دهد، احتمالاً او را به اندازه‌ی کافی پرداخت نکرده‌اید: گاهی حقایق درونی‌ای وجود دارند که ارزش‌ها به پشـــتوانه‌ی توجیه آن‌ها وجود دارند. اگر چنین است، ارزش‌های فعلی شخصیت شما جنبه‌ی کاذب دارند و آن حقایق درونی، ارزش‌های واقعی‌ای هستند که شخصیت شما به آن‌ها ایمان دارد.



شـــما شخصیت داستان خود نیســـتید. شما خدای جهانی هســـتید که به‌عنوان دنیای داستانی خلق می‌کنید. شـــما دانای کل هستید و می‌توانید ارزش‌های شخصیت‌هایتان را – تا حدودی – با توجه به پیشینه‌ی داستانی او توضیح دهید. جایی در میان معماهای نیمه‌فراموش‌شده‌ی زمان، دلایلی برای توجیه ارزش‌های شخصیت شما وجود دارد.

جستجوی سرچشمه‌ی ارزش‌های دُن کورلئونه

چـــرا دُن کورلئونه تا ایـــن حد به احترام نیاز دارد؟ چرا او خـــودش را آدمی که "احترام ســـرش می‌شود" تلقی می‌کند؟ او نمی‌تواند پاســـخ واضحی به این سؤالات بدهد، زیرا ارزش‌هایش برایش جنبه‌ی بدیهی دارند. اما برای پاســـخ به این ســـؤالات باید ابتدا به این موضوع توجه کنیم که دُن اهل سیســـیل اســـت. او در فرهنگی بزرگ شده که در آن احترام و حیثیت ارزش زیادی دارد. در چنین فرهنگی آبرو و شرف از پول باارزش‌تر اســـت. کســـب و کار دُن کورلئونه در آمریکا الزاماً به رعایت احترام رفقا و دشـــمنان او وابسته است.

چرا دُن کورلئونه تا این حد برای خانواده ارزش قائل است؟ باز هم باید متذکر شویم که این موضوع بخشی از فرهنگ سیسیلی است. وفاداری به تبار و خانواده‌ی درجه‌ی یک یعنی همه چیز؛ توضیحی هم لازم نیست. اصلاً توضیح دادن در این مورد ممکن نیست. اگر هم کسی از دُن کورلئونه توضیحی در این باره بخواهد، او بسیار متعجب خواهد شد.

اما تمام سیسیلی‌ها به سرکردگان مافیا تبدیل نمی‌شوند. چه چیزی رسیدن دُن کورلئونه به جایگاه ریاســـت یکی از مخوف‌ترین خانواده‌های مافیایی کشور را توضیح می‌دهد؟ دُن کورلئونه به ارزش دیگری نیز ایمان دارد که هنوز به آن اشاره نکرده‌ایم: "یک مرد واقعی وظیفه دارد به هر شـــکلی که می‌تواند از قدرت اســـتفاده کند تا خانواده‌ی خود و افرادی که به او احترام می‌گذارند را زیر پر و بال خود بگیرد."

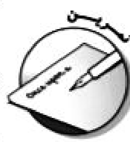
این ارزش در اولین فصل از رمان پدرخوانده آشکار می‌شود. دُن کورلئونه در روز عروسی

دخترش چهار ملاقات کننده‌ی مختلف دارد که هر کدام از او چیزی می‌خواهند. پاسخ دُن به هر یک از آن‌ها به‌وضوح بیانگر ارزش‌های اوست. ملاقات کننده‌هایی که همواره احترام دُن را نگه داشته‌اند، به خواسته‌هایشان می‌رسند. اما آن‌هایی که چنین سابقه‌ای ندارند، باید اول رسم ادب و احترام را بیاموزند و بعد از امتیازات آشنایی با پدرخوانده بهره‌مند شوند.

دُن کورلئونه این ارزش‌ها را از کجا آموخته است؟ خواننده‌ها پاسخ این سؤال را تا چند فصل نخواهند دانست. اما سرانجام، ماریو پوزو چند صفحه را به پیشینه‌ی داستانی دُن کورلئونه اختصاص می‌دهد و نشان می‌دهد که چطور تصمیم‌های یک جوان افتاده و سر به زیر سیسیلی، به واسطه‌ی بی‌عدالتی‌ها و تحقیرهایی که جامعه به امثال او روا می‌دارد، او را به پدرخوانده‌ی قهاری تبدیل می‌کند. در انتهای این سکانس از پیشینه‌ی داستانی کورلئونه، همچنان نمی‌توان او را فردی پایبند به اخلاقیات دانست. اما خواننده درک می‌کند که چگونه دُن کورلئونه اعمالش را برای خود توجیه می‌کند.

مفهوم بخشیدن به ارزش‌های شخصیت‌ها

بعضی از شخصیت‌ها ارزش‌های فرهنگی را به ارث می‌برند و دیگر شخصیت‌ها، ارزش‌های فرهنگی را بر اساس تجربیاتی که در اوایل عمر خویش داشته‌اند خلق می‌کنند. شما باید بتوانید برای هر یک از این ارزش‌ها توجیهی داشته باشید. اما انتظار نداشته باشید که بتوانید به شکل برگشت‌ناپذیری ثابت کنید که این "حقایق درونی" واقعاً صحت دارند. ارزش‌ها به‌شدت جنبه‌ی خصوصی دارند و بنا به ذات خود قابل اثبات نیستند. بهترین کاری که می‌توانید بکنید این است که به‌شکلی منطقی نشان دهید که ارزش‌های یک شخصیت با توجه به فرهنگ، خلق و خو، ویژگی‌های موروثی و تجربیات زندگی‌اش برای شخصِ او معنی دارند. این تنها چیزی است که نیاز دارید.



وقتی دارید دست‌نوشته‌ی خود را می‌خوانید به این سؤالات جواب دهید:

- ✓ آیا ارزش‌های شخصیت‌ها از نظر شما معنا دارند؟ حتی اگر با آن‌ها موافق هم نیستید، آیا می‌توانید درک کنید که شخصیت داستان‌تان چگونه به آن‌ها معتقد شده است؟
- ✓ اگر ارزش‌ها معنی نمی‌دهند، آیا می‌توانید برای شخصیت‌ها راهی پیدا کنید که از طریق آن، ارزش‌هایی را که در حال حاضر غیرمنطقی به‌نظر می‌رسند، توجیه کنند؟
- ✓ اگر توجیه هر یک از ارزش‌ها سست می‌نماید، آیا می‌توانید آن را تقویت کنید؟ اگر نه، شاید این ارزش‌ها ایرادات اساسی دارند و شاید لازم باشد ارزش‌های منطقی‌تری به‌جای آن‌ها قرار دهید، زیرا خواننده به‌راحتی قبول نمی‌کند که هر کسی بتواند بدون دلیل چنین ارزشی را بپذیرد.



هر شـــخصیتی فکر می‌کند که خودش قهرمان داستان است. هیچ شخصیتی هم باور نمی‌کند که یک شیطان مجسم است. شخصیت‌ها رفتار خود را به واسطه‌ی ارزش‌هایی که به آن‌ها ایمان دارند توجیه می‌کنند (ارزش یعنی حقیقتی درونی که درســـتی آن از نظر شخصیت داستان شما بدیهی است). هرچه احتمال تکذیب ارزش‌های شخصیت‌ها توسط خواننده بیشتر باشد، وظیفه‌ی شما به‌عنوان نویسنده سنگین‌تر می‌شود، زیرا باید در پیشـــینه‌ی شخصیت‌ها نشان دهید که ارزش‌های او و چگونه به‌وجود آمده‌اند. خواننده باید بپذیرد که شـــخصیت معتقد اســـت ارزش‌هایش کاملا درست هستند. این راز خلق شخصیت‌های سه‌بعدی است.

آیا آرزوها از ارزش‌ها به‌وجود می‌آیند؟

هر شـــخصیت یک آرزو دارد. آرزو امری انتزاعی است که شخصیت بیش از هر چیزی طالب آن است. بعضی از شـــخصیت‌ها از ابتدای داستان می‌دانند که چه آرزویی دارند. ســـایر شـــخصیت‌ها به مرور آرزوهایی پیدا می‌کنند. فارغ از این مسائل، آرزو باید از دل ارزش‌های شخصیت بجوشـــد. پدرخوانده داستان مایکل کورلئونه، جوان‌ترین پسر دُن کورلئونه است که آرزو می‌کند مانند پدرش باشد. در آغاز داستان، این آرزو برای مایکل دور از دســـترس می‌نماید. سال ۱۹۴۵ است و مایکل، کهنه‌سرباز ارتشی‌ای که از جنگ برگشته، اکنون دانشجویی است که ظاهراً روابط تبهکارانه‌ی خانواده‌اش را نفی می‌کند و نامزدی غیرایتالیایی دارد که فکر می‌کند حرف‌های او درباره‌ی گذشـــته‌ی تیره و تار پدرش شوخی‌ای بیش نیست.

اما مایکل کورلئونه همان رگ و ریشه‌ی پدرش را دارد و درست مثل او از اراده‌ای آهنین برخوردار است و بر احساسات خود تسلطی بی‌بدیل دارد. او ارزش‌های پدرش– خانواده و احتـــرام – را از او وام گرفتـــه و درســـت مثل او، نمی‌تواند دربـــاره‌ی علت اعتقادش به ایـــن ارزش‌ها توضیح خاصی ارائه دهد. وقتی دُن کورلئونه توســـط یکی از اعضای مافیای رقیبش به‌شدت زخمی می‌شود، مایکل کورلئونه، عضو خلف خانواده‌اش است که داوطلب می‌شـــود مردی را که دستور ترور پدرش را داده به قتل برساند. این اولین قدم مایکل در جهت رسیدن به آرزویی است که در این مقطع از زندگی‌اش تصویر گنگی از آن دارد: آرزوی اینکه پا جای پای پدرش بگذارد.

این آرزو از دل ارزش‌های مایکل جوشیده است. مایکل، تا لحظه‌ی زخمی شدن پدرش ایـــن توانایی را داشـــت که خود را از کســـب و کار خانواده‌اش مبرا بدانـــد. اما او صرفاً نمی‌تواند بدون گرفتن انتقام پدرش به زندگی عادی ادامه دهد. او قدرت چنین کاری را ندارد. پیوند خونـــی او با دُن کورلئونه وی را ملزم به گرفتن انتقام می‌کند. مایکل قصد دارد این کار را به‌شـــکلی انجام دهد که برایش – حتی در میان برادران و ســـردمداران مافیایی هم‌رده‌ی پدرش – احترام و اعتبار به همراه داشـــته باشد. او گزینه‌های دیگری

هم پیش رو دارد که هیچ‌یک چنین اعتبار و احترامی برایش به همراه نخواهند داشت. او بیش از آنچه فکرش را می‌کرد به پدرش شبیه است.



در حالی‌که داستان‌تان را می‌خوانید از خود بپرسید که آیا آرزویی برای شخصیت‌های اصلی تعیین کرده‌اید یا خیر؟ آیا این آرزو مستقیماً از دل حداقل یکی از ارزش‌های آن شخصیت برمی‌خیزد؟ اگر نه، حداقل دو گزینه پیشِ رو دارید:

- ✓ ارزش جدیدی برای شخصیت‌تان پیدا کنید که آرزوی او را توجیه کند.
- ✓ آرزو را طوری تغییر دهید که با ارزش‌های شخصیت‌تان در یک راستا قرار گیرد.

آیا هدف داستانی آرزوهای شخصیت را برآورده خواهد کرد؟

هر شخصیت اصلی به یک هدف داستانی نیاز دارد. هدف داستانی آرزویی ملموس برای به‌دست آوردن، رسیدن یا تبدیل شدن به چیزی است. تا زمانی‌که شخصیت اصلی‌تان یک هدف داستانی پیدا کند، داستانی ندارید. تنها تعدادی رویداد دارید که معنی خاصی برای خواننده نخواهند داشت. اما پس از تعیین هدف داستانی، خواننده درگیر داستان می‌شود. حالا خواننده به قلاب شما گیر کرده است: آیا شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش می‌رسد یا خیر؟

هدف داستانی باید ملموس، ساده، مهم، قابل دستیابی و دشوار باشد (برای جزئیات بیشتر به فصل ۷ مراجعه کنید). اما در مرحله‌ی ویرایش باید یک چیز دیگر را هم تأیید کنید: آیا رسیدن به هدف داستانی، شخصیت داستان شما را به آرزویش می‌رساند؟ اگر نه، می‌توان نتیجه گرفت که شما در کارتان مشکلی جدی دارید.

رسیدن مایکل کورلئونه به آرزویش

در *پدرخوانده* مایکل کورلئونه احساس می‌کند وظیفه دارد مردی که دستور ترور پدرش را صادر کرده و نیز کاپیتان پلیس فاسدی که دستش با او در یک کاسه بوده را به قتل برساند. کورلئونه در یک رستوران با آن دو قرار می‌گذارد تا درباره‌ی صلح به مذاکره بنشینند و در همان رستوران به آن‌ها شلیک می‌کند. بیست دقیقه بعد، او سوار قایقی می‌شود که به‌سمت سیسیل می‌رود. او باید تا افتادن آب‌ها از آسیاب در سیسیل مخفی شود.

این پایان پرده‌ی اول و فاجعه‌ای برای مایکل به حساب می‌آید. او می‌خواست به‌زودی با نامزد پروتستان سفیدپوست انگلیسی‌الاصل خود ازدواج کند و یک زندگی عادی را به دور از سایه‌ی معاملات تبهکارانه‌ی خانواده‌ی پدری‌اش آغاز کند. حالا او مجبور شده خودش را به سیسیل تبعید کند. در

این مرحله، هدف داستانی مایکل ظاهراً بسیار ساده است: بازگشت به خانه.

اما اوضاع از آنچه به‌نظر می‌رسد پیچیده‌تر است. بله مایکل می‌خواهد به خانه برگردد، اما تحت چه عنوانی؟ مایکل و خواننده، می‌دانند که او هرگز نمی‌تواند به خانه برگردد و زندگی گذشته‌اش را به‌عنوان یک شخصیت قانون‌مدار ادامه دهد. مایکل کورلئونه اکنون یک قاتل است و مجازات مرگی که از سوی پنج خانواده‌ی مافیایی دیگر برایش در نظر گرفته شده، روی پیشانی‌اش نقش بسته است. او قاتل یک پلیس است و مجازات زندان طولانی مدتی – که ارمغان دستگاه قضایی آمریکاست – انتظارش را می‌کشد.

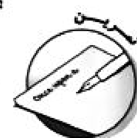
اگر مایکل کورلئونه بار دیگر به خانه بیاید، مجبور است به پدرش، خانواده‌ی پدری‌اش و نیز دستگاه قدرتی که آن‌ها برای خود ساخته‌اند، کمک کند. مایکل کورلئونه هرگز نمی‌تواند به‌عنوان یک بی‌گناه بازگردد. او مجبور است به‌عنوان عضوی از صنف کورلئونه به خانه برود و یا اصلاً فکر بازگشت را از سر بیرون کند. مایکل کورلئونه به اعتبار پیوندهای خونی‌اش در رقابت با دو برادر بزرگ‌ترش خواهد بود. چه کسی پس از بازنشستگی و مرگ دُن کورلئونه پدرخوانده خواهد شد؟ اگر مایکل به خانه بازگردد، هیچ گزینه‌ای به جز تلاش برای رسیدن به جایگاه پدرخوانده پیش رویش نیست. او باهوش‌ترین پسر دُن کورلئونه است، اما آیا سرسخت‌ترین آن‌ها نیز هست؟ با وجود خلق و خوی اخلاق‌مداری که مایکل کورلئونه در ابتدای داستان از خود به نمایش گذاشت، آیا می‌تواند به‌عنوان پدرخوانده‌ی جدید به خانه بازگردد؟ این سؤال داستانی‌ای است که داستان را تا پایان آن پیش می‌راند.

آرزوی مایکل کورلئونه برای رسیدن به جایگاه پدرش، آرزویی است که او می‌توانست به چندین شکل به آن دست یابد. اما راهی که انتخاب کرد این بود که به پدرش تبدیل شود.

ارزیابی انگیزه‌ها و اهداف داستانی شخصیت‌های اصلی



شما می‌توانید اهداف داستانی را در هر قسمتی از پرده‌ی اول داستان مشخص کنید (پرده‌ی اول معمولاً رُبع اول داستان را در برمی‌گیرد – در فصل ۸ درباره‌ی ساختار سه‌پرده‌ای توضیحات کافی داده شده است). هرچه زودتر این کار را انجام دهید، درک داستان برای خواننده راحت‌تر خواهد بود. اما داستان‌های بسیار خوبی هم هستند که هدف داستانی را تا زمان وقوع فاجعه‌ی پرده‌ی اول آشکارا بیان نمی‌کنند.



حین خواندن داستان به سؤالات زیر پاسخ دهید:

- ✓ آیا همه‌ی شخصیت‌ها هدف داستانی دارند؟ اگر نه، به تعریف یک هدف داستانی برای آن‌ها نیاز دارید. در غیر این صورت تنها دلیل وجود آن‌ها کمک به پیشبرد داستان برای دیگر شخصیت‌هاست. هر شخصیت باید زندگی خودش را داشته باشد.

- ✓ آیا هر هدف داستانی مستقیماً از آرزوهای شخصیت‌ها منتج می‌شود؟
- ✓ آیا هدف داستانی، ملموس، ساده، مهم، قابل دستیابی و دشوار است؟ اگر هدف داستانی شما هر یک از این ویژگی‌ها را نداشته باشد، قادر به اصلاح آن هستید؟
- ✓ آیا شخصیت‌های اصلی اهداف داستانی‌ای دارند که تا پایان پرده‌ی اول آشکارا اعلام شده باشند؟ اگر نه، آیا می‌توانید اصلاحاتی در کارتان ایجاد کنید تا آن‌ها اهداف داستانی خود را زودتر پیدا کنند؟

راوی: تنظیم دقیق بیان و زاویه‌ی دید

اینکه راوی داستان شما کیست و چطور داستان را تعریف می‌کند می‌تواند تأثیر زیادی روی کارایی شخصیت‌ها و داستان شما داشته باشد. در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم که زاویه‌ی دید و شخصیت زاویه‌ی دید (شخصیت مُشرف) را یک بار دیگر ارزیابی کنید و مطمئن شوید که نوشتارتان از ثبات کافی برخوردار است. همچنین یاری‌تان می‌کنیم بیان شخصیت‌ها را نیز پرداخت کنید.

آیا زاویه‌ی دید انتخابی شما برای داستان‌تان مناسب است؟

هر داستانی نیاز به یک زاویه‌ی دید مشخص دارد (برای مرور شش زاویه‌ی دید مرسوم، به فصل ۷ مراجعه کنید). سه زاویه‌ی دیدی که رواج بیشتری دارند، به‌ترتیب، از این قرارند:

- ✓ **سوم‌شخص:** صحنه را از درون یکی از شخصیت‌ها نشان می‌دهید و از ضمایر سوم‌شخص – *او* و *وی* – استفاده می‌کنید.
- ✓ **اول‌شخص:** صحنه را از درون یکی از شخصیت‌ها نشان می‌دهید و از ضمیر اول‌شخص – من – استفاده می‌کنید.
- ✓ **جهنده:** صحنه را از درون چند شخصیت نشان می‌دهید و از یکی از آن‌ها به دیگری می‌جهید و برای هریک از این افراد از ضمایر سوم‌شخص استفاده می‌کنید.

در دست‌نوشته‌ی خود از چه زوایای دیدی استفاده کرده‌اید؟ در این قسمت یک بار دیگر انتخاب خود را بررسی می‌کنید و از تناسب آن با داستان اطمینان می‌یابید، زیرا زاویه‌ی دید نامتناسب می‌تواند داستان را از ریخت بیندازد.

ارزیابی زاویه‌ی دید داستان

در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم از مناسب بودن زاویه‌ی دید انتخابی‌تان مطمئن شوید. برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی مزایا و معایب گونه‌های زاویه‌ی دید به فصل ۷ مراجعه کنید.

سوم‌شخص

زاویه‌ی دید سوم‌شـــخص در تمام ژانرهای داستانی پذیرفته شده است، پس اگر از این زاویه‌ی دید اســـتفاده می‌کنید، خیال‌تان از بابت انتخاب‌تان راحت اســـت. سوم‌شخص، انتخابی خوب و بی‌دردســـر است. حالا به ســـؤالات زیر توجه کنید. پاسخ دادن به این سؤالات شما را یاری می‌کند تا از بهینه بودن استفاده‌ی خود از این زاویه‌ی دید اطمینان کامل داشته باشید:

- ✓ آیا در هر صحنه معلوم است که شـــخصیت مُشرف کیست؟ (شخصیت مُشرف، شخصیتی است که بناست خواننده با او همذات‌پنداری کند) آیا شخصیت مُشرف را در سریع‌ترین زمان ممکن به صحنه معرفی کرده‌اید؟
- ✓ آیا تصادفاً از ذهن شـــخصیت مُشـــرف خارج شـــده‌اید تا چیزهایی را به خواننده بگویید که از آن‌ها خبر ندارد یا قادر به دیدن‌شان نیست؟
- ✓ آیا گاهی اطلاعاتی را که می‌شد با ظرافت، به‌صورت گفت‌وگو یا تک‌گویی درونی یک شـــخصیت بیان کرد، در قالب چکیده‌ی روایی به خواننده عرضه کرده‌اید؟
- ✓ آیا مطمئن‌اید که توصیف‌تان از صافی احساسی شخصیت مُشرف رد شده است؟

اول‌شخص

بعضـــی از خواننده‌ها از این زاویه‌ی دید خوش‌شـــان نمی‌آید. ما هم نمی‌دانیم چرا، زیرا هیـــچ دلیل تکنیکی خوبی برای توجیـــه نفرت آن‌ها از این زاویـــه‌ی دید وجود ندارد. می‌توان گفت که زاویه‌ی دید اول‌شـــخص، حداقل در راســـتای اعطای یک تجربه‌ی حســـی قوی به خواننده با زاویه‌ی دید سوم‌شـــخص برابری می‌کند. اما این موضوع بر ما پوشـــیده می‌ماند که چرا برخی از خواننده‌ها نســـبت به کتاب‌هایی که از زاویه‌ی دید اول‌شخص نوشته شده‌اند اکراه دارند.

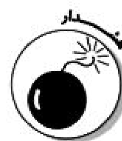
سؤالات زیر را از خود بپرسید تا مطمئن شوید از زاویه‌ی دید اول‌شخص بیشترین بهره را خواهید برد:

- ✓ آیا شخصیت مُشـــرف – یا راوی – می‌تواند در اکثر کُنش‌ها حضور فعال داشته باشـــد؟ یکی از مشکلات اول‌شخص این اســـت که راوی داستان نتواند در تمام کنش‌های یک صحنه حاضر باشـــد. در این صورت به شـــخصیت‌های دیگری متوسل شوید تا رویدادهای آن صحنه را بازگو کنند. آیا استفاده از چند شخصیت مُشرف، به‌عنوان راویان ذخیره، در این نوع صحنه‌ها منطقی است؟
- ✓ آیا به تک‌گویی‌های درونی راوی و چکیده‌ی روایی، بیش از حد فضا داده‌اید؟ این

دو مورد، هر دو شیوه‌های ارزشمندی در داستان‌نویسی به‌شمار می‌آیند. اما سؤال ما این است که آیا در استفاده از آن‌ها زیاده‌روی شده است یا خیر.

- ✓ آیا از صمیمیت زیادی که در روایت اول‌شخص وجود دارد بیشترین بهره را برده‌اید؟
- ✓ اگر راوی بیان منحصر به فردی دارد، آیا بیان او در تمام داستان (که شامل کنش‌ها و توصیف‌های شخصیت‌های دیگر نیز می‌شود) رسوخ کرده است؟

جهنده



اکثر ویراستارانی که ما با آن‌ها سر و کار داشته‌ایم از زاویه‌ی دید جهنده بیزارند. اگر به آن‌ها اعتراض کنید و بگویید: "مارگارت میچل در *بر باد رفته* از این زاویه‌ی دید استفاده کرده است"، اعتنا نمی‌کنند. ویراستارانی که از این زاویه‌ی دید خوش‌شان نمی‌آید، جلسه‌ی خود با شما را با گفتن "تو که مارگارت میچل نیستی، هر وقت مارگارت میچل شدی برگرد اینجا" مختومه اعلام می‌کنند.

اگر از زاویه‌ی دید جهنده استفاده می‌کنید، بهتر است به پرسش‌های زیر پاسخ دهید:

- ✓ آیا دلیل خوبی برای هر بار که در یک صحنه‌ی واحد شخصیت مُشرف را عوض می‌کنید، دارید؟
- ✓ آیا دفعات جهش‌هایتان آن‌قدر زیاد است که خواننده نمی‌تواند با شخصیت محوری هر صحنه به اندازه‌ی کافی هم‌حسی داشته باشد؟
- ✓ آیا می‌توانید تعداد جهش‌ها را، بدون کاهش تأثیر عاطفی داستان، کاهش دهید؟

دانای کل

این روزها استفاده از زاویه‌ی دید دانای کل چندان رایج نیست. خوب نوشتن داستان در این زاویه‌ی دید کار بسیار سختی است. بسیاری از ویراستاران، دور زاویه‌ی دید دانای کل خط قرمز کشیده‌اند. فایده‌ای هم ندارد اگر به آن‌ها اعتراض کنید و بگویید که "فلان نویسنده، یا بهمان رمان‌نویسی که هوادارش هستید از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کند." این استدلال تا زمانی‌که شما بتوانید به‌خوبی آن نویسنده بنویسید، محلی از اعراب ندارد.

اگر از زاویه‌ی دید دانای کل استفاده می‌کنید، به این سؤالات جواب دهید:

- ✓ آیا دلیل قانع کننده‌ای برای ارائه‌ی اطلاعاتی که روح هیچ شخصیتی از آن خبر ندارد، دارید؟
- ✓ آیا خواننده را به اندازه‌ی کافی وارد ذهن شخصیت‌های مهم می‌کنید؟ اگر نه، آیا

می‌توانید زمان حضور در ذهن چنین شخصیت‌هایی را افزایش دهید؟

- ✓ آیا می‌توانید تعداد دفعات ورود و خروج به ذهن شخصیت‌ها را کاهش دهید؟
- ✓ آیا بخش‌هایی که در حالت دانای کل نوشته شده‌اند، به اندازه‌ی کافی قوی هستند؟

دوم‌شخص

نوشـــتن زاویه‌ی دید دوم‌شـــخص دشوار است و بســـیاری از خواننده‌ها صرفاً نسبت به خواندن داســـتانی که از این زاویه‌ی دید اســـتفاده می‌کند مقاومت نشان می‌دهند. اگر خوب بدانید که چه می‌کنید، ممکن است در استفاده از این زاویه‌ی دید موفق شوید. اما این انتخاب در هر رمانی برایتان یک امتیاز منفی (و در اولین رمانی که می‌نویســـید دو امتیاز منفی) به‌شـــمار خواهد آمد. پس قبل از انتخاب زاویه‌ی دید دوم‌شخص، حسابی فکر کنید و نظر چند نویسنده، ویراستار یا نماینده‌ی ادبی حرفه‌ای را بپرسید تا از درستی انتخاب خود مطمئن شوید.

اگر از زاویه‌ی دید دوم‌شخص استفاده می‌کنید از خود بپرسید:

- ✓ آیا دلیل قانع کننده‌ای برای استفاده از زاویه‌ی دید دوم‌شخص به‌جای اول‌شخص دارید؟
- ✓ آیا برای وارد کردن شـــخصیت مُشـــرف به هر صحنه دچار مشکل هستید؟ اگر چنین اســـت، شـــاید بهتر باشد از شخصیت‌های مُشـــرف متعدد در زاویه‌ی دید سوم‌شخص استفاده کنید.

سوم‌شخص بی‌طرف

زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف نیز زاویه‌ی دشواری است زیرا شما را مجبور می‌کند از خیر دو مورد از ابزارهایی که کارتان را از کار فیلمنامه نویس‌ها راحت‌تر می‌کند، بگذرید: نوشتن درباره‌ی احساسات و تک‌گویی‌های درونی (که در فصل ۱۰ به تفصیل به آن‌ها پرداختیم). در نتیجه این زاویه‌ی دید به لحاظ تکنیکی چالش برانگیز اســـت: زیرا شما باید تمام احساسات و افکار شخصیت اصلی را تنها به کمک کنش، گفت‌وگو و توصیف نشان دهید. با این حال نوشتن زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف غیرممکن نیست و اگر بتوانید آن را به‌خوبی پیاده کنید، حالتی سینمایی به اثرتان خواهد داد.

اگر از زاویه‌ی دید سوم‌شخص بی‌طرف استفاده می‌کنید، به این سؤالات پاسخ دهید:

- ✓ آیا رمان شما حالت سینمایی پویایی دارد؟
- ✓ آیا خواننده به‌خوبی با شخصیت محوری هر صحنه همذات‌پنداری می‌کند (حتی

زمانی‌که نمی‌توانید از احساسات و تک‌گویی‌های درونی استفاده کنید)؟

✓ آیا گاهی به‌صورت غیرارادی به ذهن شخصیت‌ها وارد می‌شوید؟ اگر چنین است، آیا منطقی‌تر نیست که از سوم‌شخص معمولی استفاده کنید تا بتوانید آگاهانه – و نه به‌صورت غیرارادی – وارد ذهن شخصیت‌ها شوید؟

آیا زاویه‌ی دید انتخابی شما با ژانر داستانی‌تان تناسب دارد؟

به رمان‌های جدیدی که در ژانر شـــما به چاپ رسیده‌اند (هرچیزی که در ۲۰ سال اخیر چاپ شده باشد "جدید" تلقی می‌شود) مراجعه کنید. چند مورد از این رمان‌ها از زاویه‌ی دید انتخابی شـــما اســـتفاده کرده‌اند؟ چند مورد زوایای دید دیگری را به‌کار برده‌اند؟ آیا منتقدان آن‌ها را به خاطر زاویه‌ی دیدشـــان نقد کرده‌اند؟ یا اینکه زاویه‌ی دید را نادیده گرفته‌اند؟ آیا در نقدهایی که توســـط خوانندگان روی اینترنت گذاشته شده، به زاویه‌ی دید اشاره شده است؟ اگر چنین است، این نقدها درباره‌ی زاویه‌ی دید چه نظری دارند؟



اگر چند نویسنده‌ی موفق را در ژانر خود می‌شناسید، از آن‌ها بپرسید نظرشان درباره‌ی زاویه‌ی دید انتخابی شما چیست؟ آیا زاویه‌ی دید داستان شما سد راه موفقیت‌تان خواهد شـــد؟ اگر چنین است، باید زاویه‌ی دید داســـتان خود را عوض کنید؛ حتی اگر این کار به‌نظرتان منصفانه نرسد. آیا زاویه‌ی دید شما برای خوانندگان مشکل ایجاد خواهد کرد؟ اگر چنین اســـت، یک‌بار دیگر به انتخاب خود فکر کنید؛ البته در این شرایط اجباری به تغییر زاویه‌ی دید نیست.

اگر می‌توانید در یک همایش ادبی – یا هر محیط دیگری – با ویراستاران و نمایندگان ادبی صحبت کنید، نســـخه‌ی نمونه‌ای از دست‌نوشـــته‌ی خود را به آن‌ها نشان دهید و بپرسید که از نظر آن‌ها زاویه‌ی دید داستان برایتان مشکل‌ساز خواهد شد یا نه.

آیا شخصیت مُشرفی که انتخاب کرده‌اید مناسب است؟

حتی رمان‌هایی که تنها یک شـــخصیت مُشـــرف دارند نیز ممکن است نیاز به بررسی دقیق‌تری داشته باشند: کدام شخصیت برای داستان شما شخصیت مُشرف بهتری است؟ برای مثال، در تمام داستان‌های مجموعه‌ی شرلوک هلمز، دکتر واتسون – به‌جای خود شرلوک – شخصیت مُشرف اســـت. می‌پرسید چرا؟ زیرا هلمز به مهارت‌های خود غره اســـت و اگر شخصیت مُشرف داستان باشد، به‌راحتی ممکن است متکبر به‌نظر برسد. از آنجا که واتســـون صادقانه اعتراف می‌کند که به خودبزرگ‌بینی هلمز حس خوبی ندارد، خواننده مجبور نمی‌شود به این مسئله بیندیشد که آیا نویسنده‌ی داستان هم شرلوک را آدمی خودشیفته می‌داند یا نه. بنابراین، واتسون این آزادی را دارد که ویژگی‌های خوب شرلوک هلمز را تحسین کند. اگر هلمز شخصیت مُشرف بود، به‌سختی می‌توانست این کار را، بدون اینکه خودشیفته و از خود متشکر به‌نظر برسد، انجام دهد.



اگر شـــما شـــخصیتی خود بزرگ‌بین مانند شرلوک هلمز دارید، شـــاید بهتر باشد که شخصیتی وردست را به‌عنوان شخصیت مُشرف انتخاب کنید تا به شما و خواننده فضای بیشتری برای تحلیل و درک داستان بدهد.

در رمان‌هایی با شخصیت‌های مُشرف متعدد باید برای هر صحنه یک شخصیت مُشرف برگزینید. انجام این کار آسان نیست و معمولاً گزینه‌های ساده‌ای برای آن وجود ندارد. شما در چنین شرایطی به شخصیت وردست نیازی ندارید، زیرا هر یک از شخصیت‌های مُشرف می‌تواند آن‌گونه که داستان می‌طلبد، نسبت به سایر شخصیت‌ها بی‌طرف باشد.



شـــخصیت مُشرفی که انتخاب می‌کنید به کنشی یا واکنشی بودن صحنه بستگی دارد (در فصل ۹ به این دو نوع صحنه‌ی مهم اشاره شده است):

- ✓ **اگر صحنه کنشی است، چه کسی بیشترین چیز را برای باختن دارد و چه کسی بازنده‌ی واقعی صحنه است؟** این‌ها ممکن است در یک شخصیت واحد خلاصه شوند. اما هر کدام به‌تنهایی شخصیت مُشرف کاملی خواهد ساخت، زیرا احتمالِ تجربه‌ی یک حس قوی توســـط شخصیتی که در یک صحنه ممکن است همه چیزش را ببازد (یا کسی‌که همه چیزش را باخته) بسیار بالاست.
- ✓ **اگر صحنه واکنشی است، چه کسی در مرحله‌ی واکنش بیشتر ضربه می‌خورد و چه کســـی در مواجهه با دوراهی بهترین تحلیل‌هـــا را خواهد کرد؟** باز هم می‌گوییـــم که این دو می‌توانند در یک شـــخصیت واحد خلاصه شـــوند. اما هر کدام به‌تنهایی برای ساختن یک شخصیت مُشرف کامل کفایت می‌کند. قسمت واکنش در صحنه، فضای بســـیار خوبی برای وارد کردن تکانه‌های احساسی به خواننده اســـت. دوراهی، فرصت بسیار خوبی اســـت که می‌تواند خواننده را وارد فرایند فکری شخصیت مُشرف کند.

هر یک از شخصیت‌هایی که در یک صحنه حضور دارند می‌توانند شخصیت مُشرف آن صحنه باشـــند. بنابراین تک‌تک آن‌ها را در این جایگاه امتحان کنید و ببینید جالب‌ترین گزینه برای خواننده‌ها کدام‌یک از آن‌هاست. البته انتخاب شخصیت مُشرف کار ساده‌ای نیســـت. صحنه، به احتمال زیاد، از دیدگاه هریک از شخصیت‌ها حس بسیار متفاوتی را القا خواهد کرد.

آیا زاویه‌ی دید داستان ثبات کافی دارد؟

پس از آنکه با قاطعیت زاویه‌ی دیدی را انتخاب کردید که به‌نظرتان برای داســـتان شما مناســـب آمد، باید مطمئن شوید که در استفاده از این زاویه در تمام طول داستان ثبات کافی دارید. خواننده می‌خواهد بداند که شـــما، قوانینی را که او با شروع خواندن داستان

پذیرفته اســت، ناگهان تغییر نخواهید داد. اگر قرار باشد برای شخصیتی از زاویه‌ی دید اول‌شخص استفاده کنید، در تمام کتاب باید همین زاویه‌ی دید را برای او به‌کار ببرید.

معمولاً اگر کتابی در زاویه‌ی دید اول‌شــخص نوشــته شده باشد، تمام داستان از همان زاویه روایت خواهد شــد. اما ما رمان‌هایی را هم دیده‌ایم که بدون اینکه به مشــکلی بربخورند، برای یک شخصیت خاص از زاویه‌ی دید اول‌شخص استفاده کرده‌اند و برای ســایرین از زاویه‌ی دید سوم‌شخص. مثال بســیار خوبی از این حالت رمان *سنجاقک کهربایی* (ادامه‌ی رمان خارجی)، اثر دیانا گابالدون است.



ثبات در داستان امر مهمی است. اگر می‌خواهید در یک صحنه و برای یک شخصیت از زاویه‌ی دید سوم‌شخص استفاده کنید، بهتر است در سایر صحنه‌ها نیز برای او از همین زاویه استفاده کنید (نه زوایای دید اول‌شخص یا سوم‌شخص بی‌طرف).

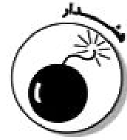
آیا شخصیت بیانی منحصر به فرد دارد؟

بعضی از شــخصیت‌ها ممکن است به شکل منحصر به فرد و خاصی صحبت و اندیشه کنند. این موضوع در تک‌گویی‌های درونی و نیز در گفت‌وگوهای آن‌ها نمایان می‌شود و به مشاهدات آن‌ها از دیگر شخصیت‌ها جهت می‌دهد. مجبور نیستید به هر شخصیت بیانی خاص و شــیوا ببخشــید (در این باره در فصل ۱۰ توضیح داده شــده است)، اما انجام این کار سبب می‌شود نوشتارتان قانع‌کننده‌تر باشد. قسمت عمده‌ی جذابیت رمان *هاکلبری‌فین*، نوشــته‌ی مارک تواین، از بیان هاک، راوی داستان، ناشی می‌شود. هاک به هیچ عنوان راوی قابل اطمینانی نیســت. او جوان دهاتی معصوم و بی‌خیالی اســت. قرار نیست خواننده همه‌ی حرف‌های هاک را باور کند. اما از او انتظار می‌رود چیزهایی را، که از دایره‌ی فهم هاک خارج‌اند، درک کند.



برای خلق بیانی شیوا و منحصر به فرد برای شخصیت‌ها، باید گوش خوبی داشته باشید و با آن گفت‌وگوها را خوب بشــنوید. بعضی از نویسنده‌ها این کار را به‌صورت غریزی انجام می‌دهند و برخی دیگر استعداد آن را ندارند. رمز موفقیت در این کار گوش فرادادن به آدم‌های واقعی و در خلال آن، پاســخ دادن به این دو سؤال است: "چه چیزی سبب می‌شود که صدا و بیان افراد منحصر به فرد شود؟" و "گفتار و بیان افراد چه اطلاعاتی را درباره‌ی شــخصیت آن‌ها آشکار می‌کند؟" پس از چند دقیقه گوش فرا دادن به یک آدم واقعی، ســعی کنید به تقلید از الگوی گفتاری او و با استفاده از تکیه‌کلام‌ها، ساختار جملات، خط فکری و خلق و خوی او چند بند بنویســید (ممکن اســت مجبور شوید از کلمات کوچه‌بازاری اســتفاده کنید، اما از حد اعتدال خارج نشوید). می‌دانیم کار سختی است، اما با تمرین می‌توانید یاد بگیرید چطور افراد را روی کاغذ کپی کنید. پس از اینکه در این مهارت استاد شدید، سعی کنید یکی از شخصیت‌های داستان‌تان را از روی یک

آدم حقیقی خلق کنید. شـــاید در حین انجام این تمرین، احساس کنید شخصیت داستان جان گرفته و در زندگی‌تان حضور دارد.



حواس‌تان باشد که داستان را بیش از حد در قالب گفتار و بیان شخصیت‌ها ارائه ندهید. شخصیت‌هایی که بیانی قوی و شیوا دارند، امتیازات بزرگی برای داستان‌نویس محسوب می‌شـــوند. اما استفاده‌ی بیش از حد از تک‌گویی درونی، برای به رخ کشیدن این بیان، کار درســـتی نیست. عنان از کف ندهید و در استفاده از چکیده‌ی روایی (آن هم صرفاً با این توجیه که راوی داســـتان بیان فوق‌العاده‌ای دارد) زیاده‌روی نکنید! این کار از افراط در به‌کارگیری تک‌گویی هم بدتر است.

تعمیر شخصیت‌های معیوب

شـــخصیت داستان شما وحی مُنزل نیست. اگر یکی از شخصیت‌ها ایرادی داشته باشد، می‌توانیـــد او را تعمیر کنید! می‌توانید شـــخصیت‌هایتان را طوری بازنویســـی کنید که عمیق‌تر، باورپذیرتر و جالب‌تر شـــوند. اما اول باید تشـــخیص دهید که مشـــکل آن‌ها چیست. در این قسمت به شما می‌آموزیم که چطور می‌توان شخصیت‌های کسل‌کننده، سطحی، غیرقابل باور یا نچسب را اصلاح کرد. تضمین می‌کنیم که اصلاح شخصیت‌های داستانی از اصلاح آدم‌های حقیقی موفقیت‌آمیزتر است.

شخصیت‌های کسل کننده



شـــخصیت‌ها زمانی جالب‌اند که هدف قانع‌کننده و مهمی داشته باشند. شخصیتی که هدف درستی نداشته باشد، کسل کننده است و در این صورت باید چیزی به آن‌ها بدهید که عاجزانه طالبش شوند.

اگر اوایل داستان خود هستید، ممکن است شخصیت‌ها هنوز هدف داستانی خوبی برای خود تعریف نکرده باشـــند. اشکالی ندارد. به‌یاد داشته باشید که داستان شما، وقفه‌ای در زندگی عادی آن‌هاســـت. پیش از آنکه ماجرای داســـتان بر آن‌ها تأثیر بگذارد، هر کدام زندگی خود را داشـــتند و می‌خواستند به اهدافی برسند. شاید اهدافشان عادی و پیشِ پا افتاده بود، اما به هر حال چیزی وجود داشـــت که می‌خواستند آن را به‌دست آورند یا به آن تبدیل شـــوند. این اهداف ساده، باعث می‌شـــوند خواننده تا زمانی‌که هدف داستانی اصلی را آشکار کنید، به خواندن داستان‌تان علاقه نشان دهد.

در رمـــان جنگ *ســـتارگان*، اثر جرج لوکاس، لوک اســـکای‌واکر تا پایـــان پرده‌ی اول هدف داســـتانی بزرگی ندارد. اما وقتی سربازان امپراتوری عمو و زن‌عمویش را به قتل می‌رسانند، هدف داســـتانی لوک به‌شدت دگرگون می‌شـــود: او تصمیم می‌گیرد برای

کمک به نهضت شورشـــیان با اوبی‌وان کنوبی همراه شـــود. لوک پیش از قتل دو عضو خانواده‌اش دلش می‌خواست به مدرسه‌ی نظامی برود و خلبان شود. او جریان شورش‌ها را با علاقه دنبال می‌کرد و از ته قلبش از امپراتور نفرت داشت. در آغاز فیلم، او امیدوار اســـت آدم‌ماشـــینی‌های جدید، باری از دوش عمویش بردارند تا او بتواند هرچه زودتر آموزش نظامی‌اش را آغاز کند. این هدف چندان بزرگی نیست، اما مخاطب را به اندازه‌ی کافی مجذوب لوک می‌کند. وقتی او با کنوبی ملاقات می‌کند و هدف بســـیار مهم‌تری را برمی‌گزیند، جذابیتش هم برای مخاطبان دو چندان می‌شود.

شخصیت‌های سطحی

ما زمانی به شـــخصیت‌ها لقب *ســـطحی* می‌دهیم که چیز زیادی برای عرضه نداشـــته باشـــند؛ یعنی وقتـــی خواننده به‌راحتی پیش‌بینی کند آن‌ها قرار اســـت چه بکنند یا چه بگویند، وقتی شـــخصیت‌ها تک‌بُعدی به‌نظر برسند یا وقتی که علایق‌شان پیش‌پاافتاده و بی‌اهمیت جلوه کند.



چطور می‌توانیم شـــخصیت‌های ســـطحی را تعمیر کنیم؟ در اکثر مواقع شخصیت به تعدادی باور و ارزش نیاز دارد و مشکل او این است که یا ارزش‌های کافی‌ای را برایش در نظـــر نگرفته‌ایـــد، یا تنها یک ارزش به او داده‌اید. در این صورت می‌بایســـت ارزش جدیدی را در ذهن شخصیت حک کنید که با دیگر ارزش‌هایشان در تناقض باشد. البته گاهی هم ممکن است ایراد از ذات سطحی ارزش‌های یک شخصیت باشد.

برای مثال، فرض کنید یکی از شخصیت‌های مهم داستان شما عاشق این است که به ساحل برود و آفتاب بگیرد. این فرد تنها یک ارزش در زندگی خود دارد: "رفتن به کنار دریا از هر کار دیگری در دنیا بهتر است." وقتی ارزشی را که او به آن ایمان دارد این‌گونه توصیف کنید، پوچی‌اش کاملاً عیان می‌شود، این‌طور نیست؟ اما عمق بخشیدن به چنین شـــخصیتی آن‌قدرها که فکر می‌کنید سخت نیســـت. با او مصاحبه کنید و رفتارهایش را ریشـــه‌یابی کنید. ببینید چرا او دوســـت دارد زمان زیادی را کنار دریا ســـپری کند.

شـــاید مادرش مُرده و پدرش آدمی عصبی است. شاید خانه برای او جهنمی است که از عذاب آن به ساحل دریا پناه می‌برد. اما ساحل، ارزش واقعی زندگی او نیست. در چنین شـــرایطی، ارزش‌های واقعی زندگی او از این قرار خواهـــد بود:"خانواده برای من مهم اســـت" همچنین "آرامش و ثبات برای من اهمیت دارد". این دو ارزش برای شخصیت داســـتان شما کشمکش ایجاد می‌کنند، زیرا خانواده‌ی او زندگی را برایش به زهر تبدیل کرده‌اند و حســـرت آرامش و ثبات را بر دلش گذاشـــته‌اند. حالا دیدید که چطور آن آدم سطحی، که ظاهراً فقط عاشق ساحل دریا بود، ناگهان هویتی عمیق پیدا کرد؟

شخصیت‌های غیرقابل باور

نویســـنده تقریباً همیشه فکر می‌کند که شخصیت‌هایی که ساخته است بسیار طبیعی و قابل باورند زیرا از نظر او آن‌ها آدم‌های حقیقی‌اند. بنابراین وقتی منتقدی با اصرار بگوید که "فـرِد هِــلم آدمی نبود که خانه‌ی شهردار را به آتش بکشد و این کار در شخصیت او نمی‌گنجید"، حســابی شوکه می‌شــوید. می‌توانید هر چقدر دلتان می‌خواهد توضیح دهید که فرِد هِلم خیلی هم اهل آتش افروزی اســت، اما وقتی خواننده این موضوع را باور نکند، توی دردسر می‌افتید.

وقتی متوجه می‌شــوید که شــخصیت‌تان کار غیرقابل باوری انجام داده است، باید به خودتان آفرین بگویید. زیرا حداقل توانســـته‌اید شخصیتی بیافرینید که به‌قدری واقعی است که خواننده‌ها حس کرده‌اند که او را می‌شناسند و می‌دانند چه کارهایی از او انتظار می‌رود و چه کارهایی از او ساخته نیست. این را باید به فال نیک بگیرید. اما حالا چطور می‌توانید خواننده‌ها را قانع کنید که فرد هلم می‌تواند آتش‌افروزی هم بکند.



اگر شـــخصیت‌های داستان شما غیرقابل باور هستند، سعی کنید بین قسمت‌های مهم پیشینه‌ی داستانی آن‌ها و ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی‌شان ارتباط واضح‌تری ایجاد کنید. برای باورپذیر شدن شخصیت‌ها باید یـــکـــی از ســـه کار زیر را انجام دهید:

- ✓ **به‌وضوح نشان دهید که اهداف داستانی شخصیت مستقیماً از آرزوهای او به وجود آمده‌اند.** آیا نیل به هدف داســتانی علناً بهترین راه رسیدن شخصیت به آرزویش اســت؟ آیا راه ســاده‌تر یا امکان‌پذیرتری برای رسیدن به این هدف وجود دارد؟
- ✓ **آشکارا نشان دهید که آرزوی شخصیت حداقل از یکی از ارزش‌های او نشئت گرفته اســـت.** کدام ارزش اســت که از آرزوی او بیشــترین حمایت را می‌کند؟ آیـــا ارزش دیگـــری هم وجود دارد کـــه به همین قوت بـــا آن آرزوی خاص در تضاد باشـــد؟ آیا می‌توانید راهی برای ایجاد تعادل پیدا کنید، تا آرزوی شخصیت باورپذیرتر شود؟
- ✓ **دلیل اهمیت ارزش‌های شخصیت داســتان برای خود او را آشکارا بیان کنید.** آیا در پیشینه‌ی داستانی شخصیت، برای ارزش‌هایی که او به آن‌ها معتقد است، توضیح خوبی وجود دارد؟

پیش‌تـــر در این فصل دربـــاره‌ی ماجرای زندگی مایکل کورلئونه، مرد درســـتکاری که آینده‌ی خوبی پیش رو داشـــت و از خانواده‌ای تبهکار می‌آمد، برایتان توضیح دادیم. در یکی از مقاطع حیاتی این داستان، مایکل داوطلب می‌شود یکی از اعضای مافیای رقیب را به همراه پلیس فاسدی که برای قتل پدرش دسیسه کرده بودند، به قتل برساند. این تغییر بســـیار بزرگی در مسیر زندگی مایکل به‌شـــمار می‌آید. اما ماریو پوزو، نویسنده‌ی

این رمان، با زمینه‌ســـازی کافی و نشان دادن اطلاعات مهمی درباره‌ی او، هضم چنین تغییری را امکان‌پذیر می‌کند. پوزو پیشـــینه‌ی خانوادگـــی، ارزش‌های مبتنی بر خانواده و احتـــرام، اراده‌ی آهنیـــن و نیز طـــرز تفکر مایکل را – که با خـــط فکری پدرش مو نمی‌زند ("مســـئله شخصی نیست؛ بحث کسب و کار در میان است") – تشریح می‌کند. خواننده‌های کمی هستند که تصمیم مایکل را قبول داشته باشند، اما آن‌ها گرفتن چنین تصمیمی را توسط او باور می‌کنند.

در بعضی از موارد، پس از اینکه به‌خوبی به پیشـــینه، ارزش‌ها، آرزوها و هدف داستانی شخصیت‌ها فکر کردید، ممکن است به این نتیجه برسید که شخصیت کاری انجام داده که با روحیات و هویتش در تضاد اســـت. در این صورت یا کنش‌های او را تغییر دهید و یا شـــخصیت جدیدی خلق کنید تا بتوانید از طریق او نقص رفتاری شـــخصیت قبلی را توجیه کنید.

شخصیت‌های ناخوشایند

بعضی از شخصیت‌ها صرفاً نچسب و ناخوشـــایند هستند. اگر خواننده‌های آزمایشی به شما بگویند که شخصیت خاصی را دوست ندارند، کار زیادی از دست‌تان ساخته نخواهد بود. یا می‌توانید کاری کنید که این شخصیت دوست‌داشتنی شود، یا قوام بیشتری به او بدهید. در ادامه توضیح می‌دهیم که چطور می‌توان شخصیتی ناخوشایند را اصلاح کرد:

۱.ببینید چرا این شخصیت ناخوشایند است.

آیا او اعصاب خرد کن، خنگ، از خود راضی، بی‌رحم یا حواس‌پرت است؟

۲.از خود بپرســـید که آیا رفتار شـــخصیت را آگاهانه به این شکل نوشته‌اید؛ سپس سعی کنید او را اصلاح کنید.

این مشکل را می‌توان به روش زیر حل کرد:

- اگر مشکل تصادفاً ایجاد شـــده باشد، حالا که به آن آگاه شده‌اید، کاری کنید که اعصاب خرد کنی، خنگی، تکبر، بی‌رحمی یا حواس‌پرتی شخصیت کاهش پیدا کند.
- اگر شـــخصیت را به عمد ناخوشایند ســـاخته‌اید، کاری کنید کمی جالب‌تر، عمیق‌تر یا باورپذیرتر شود (همان‌طور که در سه قسمت قبلی برایتان توضیح دادیم)

مثلاً تروریست رمان مهیج فردریک فورسیث، *روز شغال*، را در نظر بگیرید. در محدوده‌ی معیارهای عمومی، شـــغال آدم ناخوشایندی است. او مزدوری است که برای قتل شارل دوگل اســـتخدام شده. او به‌راحتی عکاســـی را که می‌خواهد حق‌السکوت بگیرد به قتل

می‌رساند؛ زن متأهلی را اغوا می‌کند و وقتی با اعتراض او مواجه می‌شود، او را نیز می‌کشد.

چه چیزی باعث می‌شـــود شغال شخصیت ملموسی شـــود؟ در پاسخ به این سؤال باید به چند مورد اشـــاره کرد. اول اینکه او به‌شـــدت زبردست اســـت. خواننده این موضوع را زمانی می‌فهمد که متوجه می‌شـــود تبهکارانی که شـــغال را اســـتخدام کرده‌اند با او مصاحبه می‌کنند. طی این مصاحبه شغال نشـــان می‌دهد اطلاعاتی که درباره‌ی آن‌ها دارد، از اطلاعاتی که آن‌ها فکر می‌کنند درباره‌ی او دارند، خیلی بیشتر است. دوم اینکه شـــغال وظیفه‌ی غیرممکنی بر عهده دارد: ترور مردی که بیشـــتر از هر کســـی در دنیا از او حفاظت می‌شـــود. سوم اینکه انگیزه‌ی شـــغال بسیار قوی است: به نتیجه رساندن قراردادی که او را به‌قدری ثروتمند می‌کند که می‌تواند کشـــتار را برای همیشـــه کنار بگذارد. چهارم اینکه او خود را به شـــکل موشـــکافانه و دقیقی برای مأموریت‌اش آماده می‌کنـــد و هرگز چرایی کارهایش را به خواننده نمی‌گوید و خواننده را همواره در رابطه با نحوه‌ی قتل دوگـل در هاله‌ای از تردید معلق نگه‌می‌دارد. پنجم آنکه او در مواجهه با موانع بزرگ برخوردی قاطع دارد. تمام این عوامل ســـبب می‌شود خواننده احترام زیادی به شغال بگذارد و به شدت مجذوب او شود.

فصل ۱۳

موشکافی ساختار داستانی

در این فصل

- تصحیح اشکالات رایج در خطّ داستانی
- تحلیل ساختار سه‌پرده‌ای
- استفاده از فهرست صحنه‌ها برای بازسازی داستان و نوشتن نسخه‌ی دوم

توصیه می‌کنیم زمانی‌که آمادگی ویرایش دست‌نوشته‌ی خود را پیدا کردید، ابتدا شخصیت‌ها را تحلیل کنید (همان‌طور که در فصل ۱۲ توضیح دادیم) و سپس به ساختار داستانی بپردازید (که در این فصل درباره‌اش صحبت می‌کنیم). بدون در نظر گرفتن الگوی نوشتاری‌ای که انتخاب کرده‌اید، مشکلات نوشتار خود را پیدا کنید و ابتدا به اصلاح آن‌ها بپردازید. این کار را پیش از آغاز ویرایش جزء به جزء داستان انجام دهید (این نوع ویرایش را در فصل‌های ۱۴ و ۱۵ توضیح خواهیم داد).

ساختار داستانی چیزی نیست جز خلاصه‌ی پیشرفته‌ای از داستان. در این فصل به شما می‌آموزیم که ساختار داستانی خود را در سه سطح خلاصه کنید: *خطّ داستانی* (خلاصه‌ای تک‌جمله‌ای از داستان)، *ساختار سه‌پرده‌ای* (خلاصه‌ی تک‌بندی از داستان) و *فهرست صحنه‌ها* (فهرستی که تمام صحنه‌های رمان شما را خلاصه می‌کند).



خطّ داستانی ابزار بسیار مهمی برای فروش داستان است که همیشه برای ارائه‌ی داستان به ویراستار، تیم نشر، کارکنان کتاب فروشی‌ها و نیز خواننده‌ها، به آن نیاز خواهید داشت. اما باید بگوییم که خطّ داستانی چیزی فراتر از ابزار کمکی برای فروش اثر است. این عنصر، دیدگاه شیوه‌شناسانه‌ی شما نسبت به مفهوم واقعی رمان‌تان است. یک خطّ داستانی خوب فرایند ویرایش را بسیار ساده می‌کند، زیرا وادارتان می‌کند که مسائل مهم داستان را از مسائل پیش پا افتاده باز شناسید.

ساختار سه‌پرده‌ای به شما اجازه می‌دهد که قسمت‌های مهم و برجسته‌ی کتاب خود را مشخص کنید. اگر ساختار سه‌پرده‌ای خوبی داشته باشید، در راضی کردن خواننده‌ها یک گام جلو افتاده‌اید؛ زیرا طرز تفکر خواننده‌ی امروزی به‌گونه‌ای است که انتظار وجود یک ساختار سه‌پرده‌ای را دارد (چه خودش از این موضوع آگاه باشد، چه نباشد). اگر ساختار سه‌پرده‌ای داستان شما ضعیف یا سست‌بنیان باشد، خواننده احساس می‌کند که

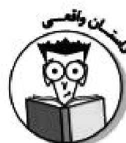
قرار نیست داستان به جای خاصی برسد (حتی ممکن است نتواند توضیح بدهد که چرا چنین حســی دارد). بنابراین وظیفه دارید اشکالات داستان‌تان را پیدا و آن‌ها را (پیش از اینکه خواننده بفهمد) رفع کنید.

فهرســت صحنه‌ها سبب می‌شــود اشراف بیشتری به داستان داشــته باشید و راحت‌تر بتوانید اصلاح دست‌نوشــته‌ی خود را برنامه‌ریزی کنید. شــما می‌توانید با اســتفاده از فهرست صحنه‌ها برای افزودن، حذف کردن، یا جابه‌جا کردن آن‌ها تصمیم‌گیری کنید. همچنین می‌توانید درباره‌ی اصلاحات اساسی‌ای که می‌خواهید در داستان اعمال کنید یادداشت برداری کنید. وقتی ویرایش فهرست صحنه‌ها تمام شد، آن را برای خلق سریع نسخه‌ی دوم داستان خود به‌کار ببندید.

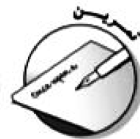
ویرایش خطّ داستانی



ما اعتقاد راسخ داریم که اولین گام در ویرایشِ دست‌نوشته باید تعریف اصولی دیدگاهی باشــد که نسبت به اثرتان دارید: منظورمان خطّ داستانی است. خطّ داستانی می‌تواند به تصمیماتی که هنگام ویرایش اثر می‌گیرید جهت ببخشد. چرا به خطّ داستانی نیاز دارید؟ زیرا اگر واقعاً داســتان خود را درک کرده باشــید، باید بتوانید آن را به یک جمله‌ی ۲۵ واژه‌ای (یا کمتر) کاهش دهید. اگر نتوانید چنین کاری انجام دهید، یعنی هنوز داســتان خود را به‌درستی حلاجی نکرده‌اید.



رَنــدی اغلب به‌صورت آن‌لایــن کلینیک‌هایی برای خطّ داســتانی راه می‌اندازد و از خواننده‌های وبلاگش می‌خواهد خلاصه‌های تک‌جمله‌ای رمان‌هایشان را با او در میان بگذارند. خلاصه‌های داستانی ۳۰، ۴۰ یا حتی بیش از ۵۰ واژه‌ای بسیار رایج هستند. این خلاصه‌ها اکثراً شامل شخصیت‌ها و جریانات داستانی متعددی می‌شوند. رَندی اغلب از خوانندگان وبلاگ خود می‌خواهد اضافه‌های این خطوط داســتانیِ طولانی و سنگین را بچینند. گاهی این جراحی بسیار سنگین از آب درمی‌آید. وقتی خطّ داستانی ۵۰ کلمه‌ای را در ۱۵ کلمه خلاصه کنید، یعنی استخوان‌ها را هم بریده‌اید!



آیا خطّ داســتانیِ خود را نوشــته‌اید؟ اگر نه، به فصل ۸ بروید و قســمتی را که در آن نحوه‌ی نوشتن خطّ داســتانی را توضیح داده‌ایم، بخوانید و سپس خطّ داستانی داستان خود را بنویسید. تا زمانی‌که خطّ داستانی را آماده نکرده‌اید، قسمت بعدی را نخوانید. زیرا در این قسمت به بعضی از رایج‌ترین مشکلات خطوط داستانی اشاره می‌کنیم و راه‌هایی برای اصلاح آن‌ها پیشِ پایتان می‌گذاریم. بدیهی است که شما نمی‌توانید چیزی را که ننوشته‌اید، اصلاح کنید.

حذف بار غیرضروری

هدف خطّ داســـتانی این نیست که داستان را تعریف کند. هدف از نوشتن خطّ داستانی، تعریف مسیری است که داستان طی می‌کند. اکثر خطوط داستانی بیش از حد طولانی‌اند. پـــس باید قبل از هر کاری از خود بپرســـید: "چه چیز دیگـــری را می‌توانم از این خطّ داستانی حذف کنم؟" به سه عددی که در خطوط داستانی برای ما مهم‌اند توجه کنید:

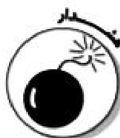
- ✓ **تعداد واژگان:** اگر بیش از ۲۵ باشد، باید تمام تلاش‌تان را بکنید تا آن را به این رقم برسانید.
- ✓ **تعداد شـــخصیت‌ها:** اگر خطّ داستانی بیش از سه شخصیت را معرفی کند، تعداد شخصیت‌ها زیاد است. دو شخصیت از سه تا بهتر است و یکی، ممکن است تنها چیزی باشد که نیاز دارید.
- ✓ **تعداد جریانات داســـتانی:** اگر بیش از یک جریان باشد، بهتر است آن را به یک جریان کاهش دهید.



خطّ داســـتانی اولین راه تماس خواننده با داســـتان است. همچنین این عنصر دورنمای شیوه‌شناســـانه‌ی داستان شماست. به همین دلیل باید آن را طوری بنویسید که در عین سادگی به‌یادماندنی باشد؛ نه صرفاً به‌خاطر خواننده، بلکه به خاطر خودتان.

ناشناس نگه داشتن شخصیت‌ها

احتمالاً خطّ داســـتانی اولین بخش داستان، شماســـت که دیگران می‌شنوند. شنونده به هیچ عنوان نمی‌داند که شـــخصیت‌های داســـتان در چه بستری قرار خواهند داشت. به همین علت باید تا جایی که می‌توانید، محتوای داســـتان خود را از طریق خطّ داستانی نشان دهید. پس به خطّ داستانی بنگرید، روی شخصیت‌ها تمرکز کنید و بکوشید آن‌ها را – بدون ذکر نامشان – در قالب چند جمله توصیف کنید.



اعلام اسامی شخصیت‌ها در خطّ داستانی، واژه‌ها را هدر می‌دهد. به‌نظر شما کدام‌یک از موارد زیر کوتاه‌تر است: "فرودوی هابیت" یا "یک هابیت"؛ "ویتو کورلئونه، پدرخوانده‌ی مافیایی" یا "پدرخوانده‌ی مافیا"؛ "لیزی بنت، زنی جوان و مجرد" یا "زنی جوان و مجرد".



عنصری که شـــخصیت داســـتان را منحصر به فرد می‌کند بیان کنید، نه نام او را. خطّ داستانی کمک می‌کند ایده‌ی داستان خود را به دیگران بفروشید. نیازی به اعلام اسامی شـــخصیت‌های داســـتان خود ندارید، مگر اینکه رمانی که می‌نویسید، تاریخی و حاوی شخصیت‌های مشـــهوری باشد. برای فروش ایده‌ی کتاب به اعلام اسامی شخصیت‌ها نیازی نیست. واژه‌هایی معدود هم برای این کار کفایت می‌کنند. هابیت‌ها، پدرخوانده‌ها

و زنان جوان مجرد به خودی خود برای گروه مناســب خوانندگان جالب هستند. فرودو، ویتو و لیزی اسامی خوبی هستند، اما خارج از متن کتاب جذابیت چندانی ندارند.

حفظ تمرکز

افزودن بی‌ســر و صدای چند کلمه به خطّ داستانی کار ساده‌ای است. اگر خطّ داستانی شــما ۱۳ کلمه داشته باشد، شــاید فکر کنید افزودن ۵ واژه‌ی دیگر که جریان داستانی ثانویه‌ای را همراه با یک شــخصیت جدید معرفی می‌کند، برایتان دردسرســاز نیست. خوب فکر کنید. آیا افزودن این موارد، واقعاً مفید اســت؟ یا اینکه فقط باعث پیچیدگی مسائل و گیج شدن یکی از افراد حاضر در زنجیره‌ی فروش داستان‌تان در رابطه با پیام آن می‌شود؟



سول استاین، نویسنده و ویراستار زبردست، زمانی حرف خوبی زد که می‌تواند در مورد خطّ داســتانی شــما نیز صدق کند: "یک به اضافه‌ی یک برابر اســت با نیم." اگر خطّ داستانی شما بتواند قسمت عمده‌ی جریان داستانی پی‌رنگ را پوشش دهد، چرا باید آن را با جریان داستانی ثانویه‌ای درآمیزید؟

چند مثال از خلاصه کردن خطّ داستانی

ممکن اســت احساس کنید داستانی که می‌نویســید به‌قدری پیچیده است که خلاصه کردن خطّ داســتانی آن ممکن نیست. اما چشم‌هایتان را روی این مسائل ببندید و این کار را انجام دهید.

درباره‌ی یک چیز باید رو راســت باشــید: پیچیدگی در داســتان مفید است. همه‌ی ما طرفدار داســتان‌های پیچیده هستیم و رمان‌هایی را می‌پسندیم که تأثیرگذار و عظیم‌اند و وقوع ماجرای آن‌ها به میدان وسیعی نیاز دارد: داستانی‌های خیال‌انگیزی مانند *ارباب حلقه‌ها*، از جِــی. آر. آر. تالکین؛ داستان‌های مهیجی مانند *پدرخوانده*، از ماریو پوزو و داستان‌های عاشقانه‌ی جاودانه مانند *غرور و تعصب*، نوشته‌ی جین آستن. اما هر یک از این رمان‌ها نیازمند یک جریان داســتانی محوری و تعدادی شخصیت اصلی است. این دو عنصر با هم کانون اصلی کتاب را تشــکیل می‌دهند. در این قسمت به‌ترتیب به این رمان‌ها می‌پردازیم و توضیح می‌دهیم که چطور می‌شود یک خطّ داستانی پیچیده را به چیزی تبدیل کرد که راحت‌تر می‌شود از پس آن برآمد.

مثال: ارباب حلقه‌ها

ارباب حلقه‌ها داســتان عریض و طویلی است که شامل صدها فرسنگ مسافت، چندین شــخصیت، گونه‌های اجتماعی متعدد، بیش از یک دو جین زبان، شــش نژاد هوشمند

و چندین جریان داستانی مهم اســـت. در ادامه به خطّ داستانی در هم آمیخته‌ای اشاره می‌کنیم که با وجود طول زیادش، نتوانسته حق مطلب را به‌خوبی ادا کند:

گندالف جادوگری اســـت که می‌خواهد ارباب تاریکی، سائورون، را برای ابد سر جای خود بنشاند. بنابراین وقتی درمی یابد فرودوی هابیت حلقه‌ی قدرت سائورون را به‌دست آورده، او را قانع می‌کند که به ریوندل سفر کند و با رهبر اِلف‌ها، اِلروند، درباره‌ی بهترین راه نابود کردن حلقه مشورت کند. طی این راه مشخص می‌شود که بهترین راه این کار، اعزام گروهی از هابیت‌ها، انســـان‌ها، اِلف‌ها و کوتوله‌ها برای پیدا کردن موردور اســـت. این تیم مورد تهاجم اورک‌ها قرار می‌گیرد و دو تن از هابیت‌ها ربوده می‌شـــوند. بنابراین ســـه نفر از بازمانده‌ها مجبور می‌شوند به‌دنبال آن‌ها بگردند. در نتیجه فرودو و خدمتکارش سَـــم مجبور می‌شوند سفر به موردور را به‌تنهایی و با کمک راهنمایی ناخوشـــایند به نام گالوم ادامه دهند. گالوم تلاش می‌کند آن‌ها را فریب دهد و به دام شِلوب، عنکبوت سمی غول‌آسا بیندازد. در حالی‌که آراگورن، لِگولاس و گیملی درگیر نبرد دشواری در هِلمز دیپ می‌شـــوند. آن‌ها سپس به روهیریم می‌تازند تا به نبرد گوندور برسند. این سه تن مسیر مُردگان را در پیش می‌گیرند و در نبردی تعیین‌کننده با آن‌ها پیکار می‌کنند. گوندور نجات می‌یابد و فارامیر تا آســـتانه‌ی مرگ پیش می‌رود. طی این فرایند فارامیر عاشـــق ایووین می‌شود. اما ایووین شـــیفته‌ی آراگورن است، در حالی‌که آراگورن با آرون نامزد اســـت. آراگورن نمی‌تواند پیش از شاه شدن به آرون برسد و او تنها زمانی می‌تواند بر تخت تکیه بزند که فرودو حلقه را نابود کرده باشد.

تازه این نصف داســـتان هم نیست؛ حتی یک‌دهم آن هم نیست! ما در این خطّ داستانی که از ۲۳۴ کلمه [۱۹۵ کلمه در متن اصلی] تشکیل شده، ۱۳ شخصیت را به نام معرفی کرده‌ایم، اما باز هم تعدادی از شـــخصیت‌های مهم داستان – از جمله مری، پیپین، تام بومبادیـــل، گالادریل، بورومیر، تئودن، چوب‌ریش، دِنِـــــتور و چند تن دیگر – را نام نبرده‌ایم. چطور می‌شود ماجرا را از این بیشتر خلاصه کرد؟

راه‌حل این مشـــکل ساده است: مهم‌ترین شـــخصیت در اینجا فرودوی هابیت است. با این حال، دیگر شـــخصیت‌ها نیز به نبرد می‌پردازند و مبارزات آن‌ها در صورت شکست فرودو (در انداختن حلقه بـــه درون تَرَک‌های کوه اهریمن) بیهوده خواهد بود. پس این داســـتان حول محور فرودو می‌گردد و خطّ داستانی هم به تبعیت از این موضوع باید به او محدود شود:

هابیتـــی درمی‌یابد که نابود کردن حلقه‌ی جادویی‌اش، کلید رهانیدن ســـرزمین میانه از چنگ ارباب تاریکی است.

۱۶ واژه [۱۹ تا در متن اصلی]، ۲ شــخصیت و یک خطّ داســتانی؛ این‌ها برای تعریف کردن داســتان کافی نیستند. اما فراموش نکنید که خطّ داستانی قرار نیست ماجراها را تعریف کند. خطّ داستانی باید مهم‌ترین بخش داستان را متجلی سازد. اگر شما جِــــی. آر. آر. تالکیــن بودید و ناشــر مجبورتان می‌کرد تعــداد واژگان را نصف کنید، این خطّ داستانی کمک‌تان می‌کرد بفهمید چه چیزهایی را می‌توانید نگه‌دارید و چه چیزهایی را باید حذف کنید.

مثال: پدرخوانده

پدرخوانده داســتانی پرطمطــراق با یک دوجین شــخصیت در نیویورک، لاس‌وگاس، هالیوود و سیســیل اســت. این رمان چندین جریان داســتانی را به هم می‌بافد و از آن ملغمه‌ای می‌سازد. خطّ داستانی غیرمتمرکز زیر را در نظر بگیرید:

> پس از اینکــه دُن کورلئونه، رهبر خانواده‌ی مافیایــی نیویورک، هدف گلوله‌ای قرار می‌گیرد که او را تا آستانه‌ی مرگ پیش می‌برد. پسر وسطی‌اش فِــــردی، که دچار بحران روحی شــده، به لاس‌وگاس فرســتاده می‌شود. در این اثنا، پسر ارشــد خانواده، سانی، زمام امور را در دست می‌گیرد و می‌کوشد از طریق جنگی خشــونت‌بار، دشــمنان خانواده را به زانو درآورد. اما سرانجام توسط مخالفان به قتل می‌رســد. مایکل، کوچکترین پســر دُن، انتقام اقدام به قتل پدر را می‌گیرد. او مجبور می‌شــود تا افتادن آب‌ها از آســیاب در سیسیل پنهان شود، تا بتواند به آمریکا بازگردد و به باز پس گرفتن قلمروی خانواده کمک کند.

این خطّ داســتانی چند شــخصیت را جا می‌گذارد که موارد روبه‌رو از جمله‌ی آن‌هایند: لوکا براسی آدمکش مُزدور، خانم کورلئونه، کِــــی آدامز نامزد مایکل، لوسی مانسینی نامزد ســانی، جانی فونتِــین خواننده و بازیگر شــهیر، نینو والنتی وردست جانی، تام هِــیگِــن مشاور خانواده، جک وولتز تهیه‌کننده‌ی بدطینت سینمایی، جولز سِــگــِـل جراح زبردست، آپولونیا همسر مایکل، کانی خواهر مایکل، کارلو ریتزی شوهرخواهر به درد نخور مایکل و تِــسیو و کلمنزا دو تن از رؤسای مافیایی. اکثر این‌ها شخصیت‌های مُشرف (زاویه دیدی) هســتند و برای داستان اهمیت دارند. با وجود چشم‌پوشی از این شــخصیت‌ها، یک خطّ داستانی ۱۰۴ کلمه‌ای [۱۰۰ کلمه در متن اصلی] و ۴ شخصیت روی دستمان مانده است. بنابراین هنوز هم مطالب حذف شدنی زیادی وجود دارد. آخر چطور می‌شود خطّ داستانی را از این بیشتر خلاصه کرد؟

خیلی ســاده است: بیفتید به جانش و خلاصه‌اش کنید! تنها دو شخصیت برای این خطّ داســتانی اهمیت حیاتی دارند: پدرخوانده دُن کورلئونه و کوچک‌ترین پسرش مایکل که جانشین اوست. همه‌ی شخصیت‌های دیگر جنبه‌ی ثانویه‌ای برای داستان دارند. از آنجا

که مایکل شـــخصیت اصلی داستان است، تمرکز خطّ داســـتانی هم باید روی او باشد:

وقتی در خیابان به پدرخوانده‌ی مافیا تیراندازی می‌شود، جوان‌ترین پسرش درس و دانشگاه را رها می‌کند تا انتقام حمله به او را بگیرد.

۲۳ واژه [۱۷ واژه در متن اصلی]، ۲ شـــخصیت و فقط یک جریان داســـتانی. این خطّ داستانی بی‌عیب نیست و قطعاً نمی‌تواند عظمت کتاب را نشان دهد. اما یادتان باشد که هیچ چیز مثل خواندن کتاب، عظمت آن را به رخ نمی‌کشد. این خطّ داستانی تمرکز شما را روی اصل داســـتان نگاه می‌دارد. اگر ناگزیر از ویرایش و انتشار دست‌نوشته‌ی اصلی بودید، می‌توانستید در تمام طول کار از این خطّ داستانی استـــفاده کنید.

مثال: غرور و تعصب

غرور و تعصب، رمان نوشـــته‌ی جین آســـتن، به باشـــکوهی رمان‌های دو مثال قبلی نیست. اما به‌عنوان یک داستان عاشقانه بسیار قابل تأمل است، زیرا در این ژانر معمولاً چهارچـــوب وقوع رویدادها کوچک و محدود اســـت. حالا بیایید به یک خطّ داســـتانی احتمالی برای این رمان نگاه کنیم:

وقتی لیزی بِـنِــــت و خواهرانش می‌فهمند که مرد جوان مجرد و ثروتمندی به نـــام آقای بینگلی به عمارت ندرفیلـــد در نزدیکی خانه‌ی آن‌ها نقل مکان کرده، بـــا خود فکر می‌کننـــد که ازدواج یکی از آن‌ها با این آقـــا، بخت دو نفر دیگر را هم برای ازدواج با مردان جوان ثروتمند باز خواهد کرد. خوشـــبختانه بزرگ‌ترین خواهر، یعنی جِـــین، توجه آقای بینگلی را به خود جلب می‌کند و امیدهای ازدواج دو خواهر دیگر از این طریق قوت می‌گیرد. اما بینگلی ناگهان زندگی روستایی را رها می‌کند، به لندن می‌رود و جین دل‌شکسته را به حال خود می‌گذارد. بنابراین خواهران جین مجبور می‌شوند به امثال آقای ویک‌هام دل خوش کنند. ویک‌هام ســـربازی جذاب است که به لیزی می‌گوید آقای دارسی (دوست بینگلی) او را به خاک سیاه نشانده است. دارســـی که علاقه‌ای به لیزی نشان نداده ناگهان از او خواســـتگاری می‌کند. لیزی پیشنهاد او را رد می‌کند و بعد از مدتی از این کارش پشـــیمان می‌شود. پشیمانی او زمانی بیشتر می‌شود که می‌فهمد دارسی کسی که ویک‌هام ادعا می‌کرده، نیست. ویک‌هام در نهایت جوان‌ترین خواهر لیزی، لیدیا، را فریب می‌دهد و امید خواهـــران دیگر برای ازدواج با مردان نجیب را نقش بر آب می‌کند. اما دارسی پا پیش می‌گذارد و مشکلات را، بدون اینکه نامی از خود بر جای بگذارد، حل می‌کند.

عجـــب خطّ داســـتانی مفتضحی بود! مگر نـــه؟ ۲۱۱ واژه [۱۶۴ تـــا در متن اصلی]، ۶ شـــخصیت با ذکر اسامی و سه جریان داستانی. این مورد هم بیش از حد طولانی است.

ما حتی به پدر و مادرِ خواهرها، مری و کیتی بِنِت، آقای کالینز، شارلوت لوکاس، بانو کاترین دو بُرگ، جورجیانا دارسی یا سرهنگ فیتز ویلیام اشاره نکردیم. چیزی هم درباره‌ی وقف اموال بِنِت‌ها که سرچشمه‌ی اصلی مصیبت‌های دخترها بود نگفتیم. با اینکه تقریباً هیچ چیز نگفته‌ایم، باز هم به‌نظر می‌رسد زیاده‌گویی کرده‌ایم.

برای حل این مشکل باید روی شخصیت‌های اصلی – لیزی و دارسی – و جریان داستانی مربوط به آن‌ها تمرکز کنیم. همه‌ی موارد دیگر باید حذف شوند؛ همه‌ی موارد! تنها چیزی که باقی می‌ماند باید چنین باشد:

> بانوی جوان انگلیسی از خانواده‌ای خاص، مورد توجه مرد جوان ثروتمند و متکبری قرار می‌گیرد.

۱۵ واژه [۱۶ واژه در متن اصلی] ، ۲ شخصیت و یک جریان داستانی. هیچ چیز در این خطّ داستانی نشانِ دهنده‌ی این واقعیت نیست که رمان محبوبیتی دویست ساله خواهد داشت. اصلاً خطّ داستانی نمی‌تواند چنین چیزی را به شما بگوید. اجازه ندهید خطّ داستانی بار بیش از حدی را متحمل شود.



خطّ داستانی مثل یک تیزر تبلیغاتی است و مفهوم و کاربردی فراتر از آن ندارد. با این حال، این ابزار تفکر شما را در طول فرایند مرور و اصلاح اثر هدایت می‌کند. به همین دلیل باید پیش از انجام ویرایش پیشرفته و جزء‌به‌جزء داستانی که نوشته‌اید، به خطّ داستانی بپردازید.

آزمودن ساختار سه‌پرده‌ای

وقتی خطّ داستانی مناسبی را آماده کردید، می‌توانید گام بعدی خود را در راستای اصلاح داستان بردارید: ویرایش ساختار سه‌پرده‌ای. در فصل ۸ ساختار سه‌پرده‌ای را توصیف کردیم و آن را با چیزی که "ساختار سه فاجعه‌ای" نام نهادیم بیشتر بسط دادیم. ایده‌ی اصلی ساختار سه‌پرده‌ای از این قرار است:

- ✓ هر پرده شامل یک تکه‌ی بزرگ از داستان است و هر فاجعه یک مقطع زمانی مستقل در رمان را در برمی‌گیرد.
- ✓ پرده‌ی اول تقریباً رُبع اول داستان را شامل می‌شود و شخصیت‌های اصلی را معرفی می‌کند.
- ✓ فاجعه‌ی اول دقیقاً در پایان پرده‌ی اول رخ می‌دهد و شخصیت اصلی را مجبور می‌کند به‌صورتی بی بازگشت به داستان تن دهد. اگر این شخصیت تا کنون هدف داستانی خود را پیدا نکرده باشد، وقوع فاجعه او را ناگزیر از این کار می‌کند.

- ✓ پرده‌ی دوم تقریباً نیمی از داستان را شامل می‌شود و دربرگیرنده‌ی موانع و پس‌رفت‌های زیادی است.
- ✓ فاجعه‌ی دوم در میانه‌ی پرده‌ی دوم اتفاق می‌افتد و با تغییر مسیر داستان از بی‌مزه و کشدار شدن آن پیشگیری می‌کند.
- ✓ فاجعه‌ی سوم در پایان پرده‌ی دوم اتفاق می‌افتد و شخصیت اصلی را وادار می‌کند کمر به پایان داستان ببندد. معمولاً این یعنی تن دادن شخصیت به درگیری نهایی که احتمال شکست در آن زیاد است، اما امکان پیروزی نیز وجود دارد. پیروزی یعنی رسیدن شخصیت اصلی به هدف داستانی‌اش و شکست یعنی باز ماندن او از نیل به هدفش.
- ✓ پرده‌ی سوم رویارویی نهایی را (که شامل نقطه‌ی اوج داستان و گشایش گره آن است) همراه با عواقب آن به تصویر می‌کشد و در نهایت تکلیف همه چیز را روشن می‌کند.

اگر هنوز ساختار سه‌پرده‌ای خود را ننوشته‌اید، حالا وقت این است که مشغول شوید. قسمت مربوط به نوشتن ساختار سه‌پرده‌ای را از فصل ۸ مطالعه کنید و سپس مراحل آن را برای داستان خود انجام دهید (اگر متوجه شدید که داستان شما بیش از سه پرده دارد، کادر خاکستری بعدی را بخوانید: "با پرده‌های داستانی اضافی چه کنیم؟").

با پرده‌های داستانی اضافه چه کنیم؟

ممکن است از خود بپرسید که اگر پرده‌های داستانی شما از سه تا بیشتر باشند چه باید کنید. اگر چهار، پنج، یا بیست پرده‌ی داستانی داشته باشید چه؟ یادتان باشد که ساختار سه‌پرده‌ای به خاطر کارایی‌اش محبوب است، اما تنها ساختار پیشرفته‌ای که برای داستان‌نویس تعریف شده، نیست. اگر ساختار داستان شما منطقی باشد، چیزی نمی‌تواند آن را زیر سؤال ببرد.

اگر یک ساختار چهار پرده‌ای دارید، ممکن است این چهار پرده‌ی داستانی از نظر طولی مساوی باشند. در این صورت ترکیب پرده‌ی ۲ و ۳ با هم می‌شود همان پرده‌ی ۲ که ما تعریف کردیم و طبعاً پرده‌ی ۴ هم همان پرده‌ی ۳ تعریف ما خواهد بود. به این ترتیب تنها فرق بین تعریف ما و ساختار داستان شما تفاوت در نام‌گذاری است.

اما اگر ساختاری پنج‌پرده‌ای دارید، تفاوت‌های آن با تعریف سه‌پرده‌ای زیاد خواهد بود. اگر این ساختار برای اثر شما صدق می‌کند اشکالی ندارد. اگر در نظر گرفتن داستان‌تان به‌عنوان یک ساختار سه‌پرده‌ای منطقی به‌نظر نمی‌رسد، خود را ملزم به انجام چنین کاری نکنید.

اگر یک ساختار داستانی بیست‌پرده‌ای داشته باشید، احتمال دارد که داستان خود را زیادی کش داده باشید. با نگاهی دقیق می‌توانید پرده‌های داستانی متعدد را به هم پیوند بزنید و فاجعه‌های اصلی را در جایگاه‌های استاندارد خود – طبق تعریف ساختار سه‌پرده‌ای – قرار دهید.

در این قسمت فرایند آزمودن تمام جنبه‌های ساختار سه‌پرده‌ای را به شما نشان می‌دهیم. برای این کار ساختار سه‌پرده‌ای *پدرخوانده* و *غرور و تعصب* را بررسی می‌کنیم. به‌نظر شما، این دو کتاب به اندازه‌ی کافی معروف نیستند؟ در ضمن چند سؤال هم مطرح می‌کنیم تا به کمک آن‌ها داستان خودتان را تحلیل کنید. حین پاسخ‌گویی به این سؤالات در اثر خود دست نبرید، فقط از تغییراتی که می‌خواهید ایجاد کنید، یادداشت بردارید. سپس تمام تغییرات ساختاری مورد نظرتان را یکجا اِعمال کنید. در پایان این فصل به بحث درباره‌ی نوشتن پیش‌نویس دوم می‌پردازیم.



ممکن است بپرسید که آیا جریانات داستانی ثانویه هم می‌توانند ساختار سه‌پرده‌ای داشته باشند؟ بله، این امکان وجود دارد. تحلیل کردن سایر جریانات داستانی به واسطه‌ی ساختار سه‌پرده‌ای کاری منطقی است. اما خودتان را مجبور نکنید که برای هر جریان داستانی فاجعه‌هایی دقیقاً همزمان با فاجعه‌های داستان اصلی در نظر بگیرید. زمان‌بندی‌ای که ما از فجایع داستانی ارائه می‌دهیم نسبی است.

سه فاجعه‌ی شما کدامند؟

شناسایی فاجعه اولین گام است. منظور ما فاجعه‌هایی است که شخصیت‌های اصلی را درگیر داستان می‌کنند، مسیر آن را تغییر می‌دهند و رویارویی نهایی را رقم می‌زنند.

حالا به تحلیل ما از ساختار سه‌پرده‌ای رمان *پدرخوانده* توجه کنید. سه فاجعه‌ی این رمان با حروف مورب آمده‌اند:

> پس از اینکه پدرخوانده‌ی مافیایی، ویتو کورلئونه، توسط دشمنش ویرژیل سولوزو تقریباً به قتل می‌رسد، خانواده‌ی قدرتمند کورلئونه دچار بحران می‌شود. مایکل، جوان‌ترین پسر ویتو، دانشجویی درس‌خوان است که انتقام اقدام به ترور پدر را با کشتن سولوزو و همدست پلیسش می‌گیرد. اما *مایکل مجبور می‌شود از کشور بگریزد*. سانی کورلئونه، بزرگ‌ترین برادر مایکل، علیه پنج خانواده‌ی مافیایی دیگر جنگی چند ماهه به راه می‌اندازد تا اینکه سرانجام *دشمنان سانی او را گیر می‌اندازند و به قتل می‌رسانند*. مایکل که در سیسیل پنهان شده، عاشق دختری از اهالی آنجا می‌شود و با او ازدواج می‌کند. اما *همسرش در حمله‌ی تروریستی‌ای که او هدفش بود جان می‌دهد*. در پایان مایکل به آمریکا بازمی‌گردد، پدرخوانده‌ی جدید خانواده‌ی کورلئونه می‌شود و راهی خشونت‌بار اما کارآمد برای برقراری صلح پایدار میان خود و دشمنانش پیدا می‌کند.

حالا به تحلیل ما از ساختار سه‌پرده‌ای غرور و تعصب (با توجه به تعالیم فصل ۸) توجه کنید، که فجایع در آن با حروف مورب نوشته شده‌اند:

وقتی لیزی بنت و خواهرانش در یک جشـن با آقایان متمول آشـنا می‌شـوند، لیزی از یکی از آن‌ها، یعنی آقای دارسـی، خیلی بدش می‌آید. جِـین، خواهر لیزی، عاشـق دوست آقای دارسـی، یعنی آقای بینگلی می‌شود و لیزی هم از آقای ویک‌هام خوش‌اش می‌آیـد (لیزی بعداً می‌فهمد که *ویک‌هام از نظر مالی توسـط آقای دارسی نابود شده اسـت*). چند ماه بعد وقتی لیزی در هانسفورد به ملاقات دوست متأهلش می‌رود، آقای دارسی دنبال او می‌رود و از او خواستگاری می‌کند، اما *لیزی آب پاکی را بر دستان دارسی می‌ریزد*. لیزی خیلی زود می‌فهمد که آقای دارسـی آن‌قدرها هم که او فکر می‌کرده آدم بدی نیسـت و کم‌کم از نپذیرفتن پیشـنهاد ازدواج او پشیمان می‌شـود. در این اثنا، *لیدیا فرار می‌کند تا زندگی نامشـروعی را با آقای ویک‌هام آغاز کند*. وقتی لیزی می‌فهمد که آقای دارسـی اجازه نداده آبروی خواهرش برود و وقتی می‌فهمد که دیگر از او نفرت ندارد، این دو متوجه می‌شوند که برای هم ساخته شده‌اند.

حالا به چند آزمون تشخیصی بر روی این ساختارهای سه‌پرده‌ای نمونه توجه کنید.

آیا طول پرده‌های داستانی متعادل است؟



در پایـان پـرده‌ی اول، میانه و پایان پرده‌ی دوم، به‌ترتیب سـه فاجعه اتفاق می‌افتد. خواننده انتظار دارد پرده‌های داستانی مختلف طول به‌خصوصی داشته باشند:

- ✓ اولین پرده باید تقریباً رُبع اول داستان را پوشش دهد.
- ✓ پرده‌ی دوم باید تقریباً نیمی از داستان را شامل شود.
- ✓ پرده‌ی سوم باید رُبع آخر داستان را دربربگیرد.

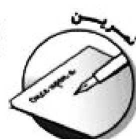
این طول‌ها تقریبی هستند. بسیاری از رمان‌های موفق محدودیت‌های ذکر شده را زیر پا گذاشته‌اند.

طول پرده‌های داستانی در پدرخوانده و غرور و تعصب

پدرخوانده رمانی اسـت که در ۷ جلد با حجم‌های متفاوت عرضه شده است. نسخه‌ای که ما از این رمان داریم ۴۴۶ صفحه است و پرده‌ی اول در صفحه‌ی ۱۵۳، یعنی تقریباً یک‌سوم اول داستان تمام می‌شود. پرده‌ی دوم در صفحه‌ی ۳۵۴ تمام می‌شود. بنابراین پرده‌ای اول خیلی طولانی‌تر از حد انتظار اسـت، اما پرده‌ی دوم و سـوم کوتاه‌تر از حد معمول هستند. دلیل این حالت ساده است: *پدرخوانده* کتابی پیچیده‌ای با شخصیت‌های بسـیار است و بنا کردن چنین صفحه‌ی شـطرنجی، فضای زیادی می‌طلبد. پایان این داسـتان کوتاه است، چراکه اکثر جریانات داسـتانی پیش‌تر به نتیجه رسیده‌اند و فقط

جریان داستانی اصلی (داستان مایکل) باقی مانده است.

غرور و تعصب کتابی اســت متشکل از ۶۱ فصل و ۳۳۲ صفحه (نسخه‌ای که در اختیار ماســت). پرده‌ی اول تا فصل ۱۶ ادامه می‌یابد و در صفحه‌ی ۷۳ تمام می‌شــود؛ یعنی حدود یک‌پنجم کتاب را دربرمی‌گیرد. پرده‌ی دوم تا فصل ۴۶ ادامه دارد و در صفحه‌ی ۲۳۷ تمام می‌شــود؛ یعنی تا به اینجا حدود سه‌چهارم کتاب خوانده شده است. بنابراین پرده‌های داســتانی تا اینجا تعادل خوبــی دارند. اما پرده‌ی آخر طولانی‌تر از حد معمول اســت. دلیل طولانی بودن پایان داستان این است که آستن باید چند خطّ داستانی را به نتیجه برساند و این جریانات به‌شــدت به هم وابسته‌اند: جریان داستانی اول به لیدیا و ویک‌هام مربوط اســت، دومی به جین و بینگلی و جریان سوم مربوط به لیزی و دارسی می‌شود. هر جریان داستانی برای به نتیجه رسیدن نیازمند تعداد صفحات زیادی است.



بررسی تعادل پرده‌های داستانی شما

به ساختار سه‌پرده‌ای رمان خود نگاه کنید و به پرسش‌های تشخیصی زیر پاسخ دهید:

- ✓ آیا طول نسبی پرده‌های داستانی به‌نظرتان کافی است؟
- ✓ آیا هیچ‌یک از پرده‌های داستانی از حد معمول طولانی‌تر یا کوتاه‌تر است؟ اگر طول پرده‌های داستانی به‌صورت غیرعادی در آمده، آیا توجیه خوبی برای این امر دارید؟
- ✓ آیا کوتاه کردن یا ادامه دادن یکی از پرده‌ها منطقی خواهد بود؟
- ✓ آیا منطقی است که فاجعه‌ی اول یا سوم را اندکی جابه‌جا کنید تا نسبت پرده‌های داستانی کمی طبیعی‌تر شود؟

از تغییرات ســاختاری احتمالی‌ای که فکر می‌کنید لازم است بعداً در داستان ایجاد کنید یادداشــت بردارید، اما آن‌ها را اِعمال نکنید. هنوز موارد زیادی هســت که باید اول به آن‌ها بپردازید. در ادامه، قسمتی مجزا ("فهرست صحنه‌ها: تحلیل جریان صحنه‌ها") را به تعادل پرده‌های داستانی اختصاص خواهیم داد.

آیا داستان در آغاز خود شتاب می‌گیرد؟

در آغاز – پرده‌ی اول – خواننده هیچ چیزی درباره‌ی شــخصیت‌ها، پیشینه‌ی داستانی آن‌ها، ارزش‌ها، آرزوها و اهدافشــان نمی‌داند. اما نمی‌تــوان پنجاه صفحه متن راکد و کســل کننده نوشــت تا خواننده از ماجراها سر در بیاورد. داســتان باید از همان اولین صفحه پویا و زنده باشد.



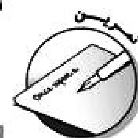
لازم نیســـت وقایع داستان شما از همان ابتدا شـــتاب زیادی داشته باشند یا "در مسیر درســـتی" قرار بگیرد. تنها چیزی که در آغاز داستان مهم است، وضوح مسیر آن است. با پیش رفتن پرده‌ی اول، شـــتاب داســـتان بیشتر می‌شود و مســـیر آن با تمرکز یافتن شـــخصیت اصلی روی هدفش، تغییـــر می‌کند. تا پایان پرده‌ی اول داســـتان خود باید توانسته باشید با نهایت شتاب و در جهتی درست به حرکت در آمده باشید.

نگاهی به شتاب وقوع داستان در دو رمان نمونه

پدرخوانده با عروســـی دختر ویتو کورلئونه آغاز می‌شـــود. خواننده‌ها در این عروســـی شـــخصیت‌های بســـیاری را می‌بینند که همگی برای داســـتان مهم‌اند. اندکی بعد از عروســـی، کورلئونه پیشنهاد کاری ســـولوزو را رد و او را به دشمن خود تبدیل می‌کند. زمان زیـــادی نمی‌گذرد که کورلئونه در خیابان تقریباً به قتل می‌رســـد. در این مقطع، داستان با بیشترین شتاب ممکن اتفاق می‌افتد. با اینکه سرعت داستان خیلی زیاد است، اما به نرمی و در کمال ظرافت، شتاب می‌گیرد.

غرور و تعصـــب با اخبار اجاره‌ی عمارت ندرفیلد توســـط آقای بینگلـــی و اصرار خانم بِـــنِـــت به شوهرش مبنی بر ملاقات با این آقای جوان آغاز می‌شود، بلکه او عاشق یکی از دخترانشـــان شود. در عرض چند صفحه سه بانوی جوان با بینگلی و دوستش، دارسی، در یک میهمانی آشنا می‌شوند. بینگلی به‌سرعت توجه خانواده‌ی بِـــنِـــت را جلب می‌کند. اما دارســـی شـــروع خوبی ندارد. در صفحه‌ی ۱۰، آستن شتاب داستان را به‌خوبی تنظیم کرده و توانسته شروع خوبی را برای ماجراها رقم بزند.

آغاز داستان خود را بیازمایید



پنج فصل اول داستان خود را بخوانید و به این سؤالات تشخیصی پاسخ دهید:

- ✓ در آغاز چند صفحه پیشینه‌ی داستانی نوشـــته‌اید؟ چقدر چکیده‌ی روایی دارید؟ اگر جواب این دو ســـؤال غافلگیرتان کرده اســـت، آیا فکر می‌کنید بتوانید مقدار پیشینه‌ی داستانی و چکیده‌ی روایی را در پنج فصل اول کاهش دهید؟
- ✓ خواننده باید چند صفحه بخواند تا با تمام شـــخصیت‌های اصلی آشـــنا شود؟ آیا زودتر معرفی کردن این شخصیت‌ها منطقی‌تر نیست؟
- ✓ آیا شـــخصیت اصلی از همان ابتدا هدف دارد (حتی اگر این هدف، هدف داستانی اصلی و نهایی او نباشد)؟

اولین فاجعه: آیا ندای حرکت واضح است؟

خواننده می‌خواهد مطمئن شود که شخصیت‌ها واقعاً به داستان تعهد دارند. شاید شخصیت اصلی از ابتدای داستان هدف داستانی خود را پیدا کرده باشد، اما معمولاً این هدف در چنین مقطعی هنوز هم به بوته‌ی آزمایش گذاشته نشده است. زمانی‌که اولین فاجعه در پرده‌ی اول رخ بنماید، اوضاع تغییر می‌کند. اگر این فاجعه مصیبتی واقعی باشد، شخصیت اصلی مجبور می‌شود خوب فکر کند که رسیدن به خواسته‌اش چقدر برایش مهم است؟



یک فاجعه‌ی اولیه‌ی مناسب باعث می‌شود شخصیت اصلی با گرفتن تصمیمی مبنی بر پا پس کشیدن یا ادامه دادن راهش، به داستان تعهد پیدا کند. به‌طور خلاصه، فاجعه‌ی اول ندایی است که شخصیت اصلی را به حرکت فرا می‌خواند.

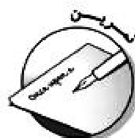
متعهد کردن مایکل کورلئونه و آقای دارسی به داستان

در *پدرخوانده* مایکل کورلئونه پیش از اولین فاجعه ندای حرکت را می‌شنود: زمانی‌که او طی یک ملاقات خانوادگی داوطلب می‌شود ویرژیل سولوزو و پلیس فاسد همدستش را بکشد. با اینکه این کار از مایکل بعید به‌نظر می‌رسد، اما به خاطر اینکه خواننده متوجه شباهت زیاد مایکل به پدرش شده، به‌راحتی تصمیم او را باور می‌کند. تصمیم مایکل از دیدگاه خود او تنها یک انتقام‌جویی شخصی است و از منطق کاری درستی ناشی می‌شود؛ بالاخره یک نفر باید سولوزو را بکشد و تنها کسی‌که می‌تواند به اندازه‌ی کافی به او نزدیک شود مایکل به‌ظاهر بی‌گناه است. مایکل می‌تواند خانواده‌اش را رها کند و تا این لحظه هم فاصله‌ی خود را با آن‌ها حفظ کرده است. اما حالا تصمیم گرفته سرنوشتش را با آن‌ها گره بزند. این تصمیمی برگشت‌ناپذیر است، زیرا برای عملی شدنش مایکل باید یک پلیس یونیفرم‌پوش را به قتل برساند.

در *غرور و تعصب* اولین فاجعه زمانی رخ می‌دهد که لیزی از آقای ویک‌هام می‌شنود که دارسی او را به خاک سیاه نشانده است. این حرف دروغ است، اما لیزی به این موضوع پی نمی‌برد. دارسی هم از این شایعه بی‌خبر است. اما کمی بعد، در میهمانی آقای بینگلی، دارسی از لیزی تقاضا می‌کند که با او برقصد. لیزی تا جایی که حدود ادب و متانتش اجازه می‌دهد به دارسی توهین می‌کند. دارسی همین حالا هم عاشق لیزی شده، اما لیزی این موضوع را نمی‌داند. دارسی به‌قدری از غیبت کردن بیزار است که نمی‌خواهد به لیزی توضیح بدهد که ویک‌هام آدم زن‌باره‌ای است. ندای حرکت دارسی واضح است: اگر او نتواند نظر لیزی را جلب کند، آدم شارلاتانی مثل ویک‌هام ممکن است این کار را بکند. اما دارسی مجبور است با دست‌های بسته به این نبرد برود، زیرا او با لو دادن ویک‌هام، آبروی خواهر خودش، جورجیانا، را هم خواهد برد؛ چرا که ویک‌هام

جورجیانا را هم پیش‌تر فریفته بود.

نحوه‌ی ارائه‌ی ندای حرکت



فصلی را که فاجعه‌ی اول داستان‌تان – که پرده‌ی اول را به پایان می‌برد – در آن آمده بخوانید. سپس خوب فکر کنید و به این سؤالات پاسخ دهید:

- ✓ آیا فاجعه‌ی داستان با *ندای حرکت* (فراخوانی برای تعهد به هدف داستانی) همراه است؟
- ✓ خطراتی که ندای حرکت به همراه دارد کدامند؟ امتیازات حاصل از آن کدامند؟ آیا می‌توانید با افزایش خطرات یا امتیازات جذابیت تصمیم‌گیری شخصیت اصلی را افزایش دهید؟
- ✓ چرا شخصیت اصلی داستان شما نمی‌تواند به ندای حرکت بی‌اعتنا باشد؟ پیشینه‌ی داستانی، ارزش‌ها یا آرزوهای او چگونه باعث می‌شوند به داستان تعهد پیدا کند؟ آیا دلیل خوبی دارید تا متعهد بودن شخصیت اصلی را برای خواننده توجیه کنید (برای جزئیات بیشتر درباره‌ی انگیزه‌ی شخصیت‌ها به فصل ۱۲ مراجعه کنید)؟

آیا دومین فاجعه از میانه‌ی طولانی داستان حمایت می‌کند؟

پرده‌ی دوم داستان شما – یا میانه‌ی داستان – طولانی‌ترین پرده است و به همین دلیل بیش از دو پرده‌ی دیگر با احتمال خسته کننده یا کشدار شدن و از دست دادن جذابیت خود برای خواننده مواجه است. شخصیت اصلی داستان شکست‌ها و پیروزی‌های کوچکی را تجربه می‌کند. اما پس از مدتی ممکن است این‌ها هم یکنواخت شوند. در میانه‌ی پرده‌ی دوم خواننده نیاز دارد تغییری در آهنگ و شتاب داستان مشاهده کند. فاجعه‌ی دوم برای همین منظور نوشته می‌شود.



فاجعه‌ی دوم باید عظیم باشد و مسیر داستان را نیز تغییر دهد. این فاجعه ممکن است غافلگیر کننده یا یکی از نتایج احتمالی تصمیم شخصیت اصلی برای دل به دریا زدن باشد.

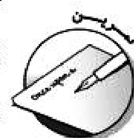
تغییر مسیر در پدرخوانده و غرور و تعصب

در *پدرخوانده*، شخصیت اصلی یعنی مایکل، به سیسیل پناه برده و در امنیت به سر می‌برد. زندگی در آمریکا ادامه دارد، اما خانواده‌ی کورلئونه تحت رهبری نه‌چندان خوب پسر ارشد، سانی، در آستانه‌ی فراموشی است. سانی قاتلی بی‌رحم است و ذکاوت و نکته‌بینی پدر را به ارث نبرده است. تقریباً به‌محض گذر از میانه‌ی داستان، دُن کورلئونه از یکی از مشتریانش به نام آمریگو بوناسِرا، که در کسب و کار کفن و دفن است تقاضای لطفی می‌کند. بوناسِرا به اتاق پذیرایی محل کارش می‌رود تا به دُن خوشامد بگوید

و او را در حالی می‌یابد که بدن گلوله‌باران شـده‌ی پسرش، سانی، را برای تدفین آورده است. این موضوع خواننده را غافلگیر می‌کند. اما وجودش برای داستان واضح است، زیرا آشکارا نشان می‌دهد که بازگشـت مایکل برای اداره‌ی خانواده‌ی کورلئونه لازم است.

در غرور و تعصب لیزی بـنـت، به ملاقات دوسـتش شـارلوت، که با پسرعمه‌ی کسـل‌کننده‌ی لیزی – آقای کالینز – عروسـی کرده، رفته است. آقای کالینز حسابی چاپلوسی بانو کاترین دو بُرگ – خاله‌ی آقای دارسی – را که برای ملاقات لیزی آمده است می‌کند. لیزی از اینکه باید با دارسی مواجه شود متنفر است و فکر می‌کند دارسی هم همین حس را نسبت به او دارد. دقیقاً در وسط داستان، لیزی – و خواننده – به‌شدت غافلگیر می‌شـود: دارسـی از لیزی خواستگاری می‌کند. خواسـتگاری دارسی از لیزی بی‌برنامه، تحقیرآمیز و موهن اسـت. لیزی رُک و راسـت و در نهایت بی‌ادبی دست رد به سـینه‌ی او می‌زند و با این کار ظاهراً تمام پل‌های پشت سرش را خراب می‌کند. اما جواب او باعث تحول دارسـی می‌شود. حالا او خود را همان‌طوری که هست می‌بیند و درمی‌یابد که باید رویکردش را اصلاح کند. آیا دارسی جُربزه‌ی انجام چنین کاری را دارد؟

بررسی فاجعه‌ی دوم داستان شما



فصلی را که فاجعه‌ی دوم داسـتان‌تان در آن اتفاق افتاده بخوانید. به سؤالات زیر پاسخ دهید، و یادداشت بردارید:

- ✓ آیا فاجعه تقریباً در میانه‌ی داستان رخ می‌دهد؟ اگر نه آیا می‌توانید وقایع را طوری جابه‌جا کنید که آن را به میانه‌ی داستان بیاورید؟
- ✓ آیا فاجعه بدترین اتفاقی اسـت که تا کنون در داستان افتاده؟ اگر نه، آیا می‌توانید به وخامت آن بیفزایید؟
- ✓ آیا فاجعه نقطه‌ی عطفی در داستان است که سبب تغییر درونی مهمی در شخصیت‌های اصلی یا تغییر برنامه‌های آن‌ها برای رسـیدن به هدف داستانی‌شـان می‌شود؟
- ✓ آیـا فاجعه تا حد ممکن غافلگیر کننده اسـت؟ آیا می‌توانید بـدون اینکه آن را غیرقابل‌باور جلوه دهید، کیفیت غافلگیری‌اش را افزایش دهید؟

آیا فاجعه‌ی سوم اجباراً داستان را به پایان می‌رساند؟

هدف پرده‌ی دوم این اسـت که پایان داسـتان را با قرار دادن موانع و شکست‌هایی در مسـیر شخصیت اصلی به تأخیر بیندازد. این موضوع در خواننده تنش ایجاد می‌کند؛ او نگران اسـت که مبادا شـخصیت اصلی هرگز به هدفش نرسد. هدف از فاجعه‌ی سوم وادار کردن شـخصیت اصلی به تمام کردن داسـتان است. او باید تصمیم به کاری (یا

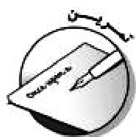
انجام آخرین رویارویی) بگیرد که یا به پیروزی ختم می‌شـــود، یا به شکست کامل. این پا و آن پا کردن کافی است!

رسیدن به آخرین رویارویی در دو رمان نمونه

در *پدرخوانده* واکنش دُن کورلئونه به مرگ ســـانی تســـلیم ظاهری اســـت. او رهبران پنـــج خانواده‌ی مافیایی را فرا می‌خواند و دشـــمنی‌ها را پایان می‌دهد. وی همچنین با درخواســـتی که در وهله‌ی اول آغازگر جنگ شد موافقت می‌کند: فراهم آوردن پوشش قانونی و سیاســـی لازم برای کمک به قاچاق مواد مخدر. دُن کورلئونه همچنین قســـم می‌خورد که انتقام قتل ســـانی را بگیرد، اما هشـــدار می‌دهد که هیچ تهدیدی را علیه جوان‌ترین پســـرش مایکل – که می‌خواهـــد او را به آمریکا برگرداند – تحمل نخواهد کرد. در این بین، مایکل با یک دختر سیســـیلی ازدواج کرده و در حال ســـپری کردن روزهای زیبای اول ازدواج اســـت. او و همســـرش تصمیم می‌گیرند به جایی نقل مکان کنند که مایکل در آن کمتر شناخته شده است. اما روزی که قرار است این کار را انجام دهند، بمبی که برای قتل مایکل تعبیه شده بود جان همسرش را می‌گیرد. این فاجعه‌ی شوکه‌کننده‌ی دیگری است که خواننده را با یک سؤال مواجه می‌کند: کورلئونه چگونه به زیر پا گذاشتن تنها شرط خود برای صلح پاسخ خواهد داد؟

در *غرور و تعصب* آقای دارسی طی نامه‌ای، به جواب منفی لیزی به درخواست ازدواجش، پاســـخ می‌دهد و در آن حقیقت را درباره‌ی آقای ویک‌هام آشـــکار می‌کند. در ادامه‌ی پرده‌ی دوم به‌تدریج چشـــمان لیزی به روی حقیقت باز می‌شود و درمی‌یابد که دارسی مرد متشخصی است، پشت ســـر دیگران حرف نمی‌زند، با دوستانش صمیمی و صادق است، به هنر عشق می‌ورزد و باعث می‌شود کسانی که او را می‌شناسند دوستش بدارند. لیزی با خود چه فکر می‌کرد که دست رد به سینه‌ی او زد؟ ملاقات تصادفی او و دارسی سبب می‌شود هر دو به‌شدت معذب شوند. هر دو به‌شدت تغییر کرده‌اند، اما آیا می‌توانند به حالتی که پیش از آن خواستگاری فاجعه‌بار داشتند بازگردند؟ ظاهراً غیرممکن است. اما بعد خبر می‌رســـد که ویک‌هام با کوچک‌ترین خواهر لیزی، لیدیا، گریخته است، آن هم در حالی‌که رابطه‌ی آن دو مشـــروع نیســـت. حالا لیزی باید بـــه خانه بازگردد و با خانواده‌ی ویران شـــده و بی‌آبروی خود مواجه شود. دارسی احساس مسئولیت می‌کند، زیرا او به خاطر حفظ آبروی خواهرش جورجیانا، از راز تزویر ویک‌هام پرده برنداشته بود. آیا دارسی می‌تواند اوضاع را رو به‌راه کند؟

ارزیابی فاجعه‌ی سوم



فصلی که ســـومین فاجعه داستان‌تان در آن اتفاق افتاده، بخوانید (این فصل باید پایان پرده‌ی دوم را نشان دهد) و به سؤالات زیر پاسخ دهید:

- ✓ آیا این فاجعه دور از انتظار و در عین‌حال محتمل بود؟ آیا خواننده می‌توانست آن را پیش‌بینی کند؟ آیا می‌توانید داستان را طوری تغییر دهید که غافلگیری ناشی از وقوع این فاجعه بیشتر شود؟ اگر این فاجعه چندان قابل باور نیست، آیا می‌توانید با کمی کار زیربنایی، خواننده را به پذیرش آن ترغیب کنید؟ (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی کارهای زیربنایی که خبر از وقوع امری در آینده می‌دهند، کمی جلوتر، قسمت "خبر از آینده: سرنخ‌هایی برای آماده کردن خواننده" را مطالعه کنید)
- ✓ آیا این فاجعه بدترین فاجعه‌ی داستان تا به این لحظه است؟ آیا این فاجعه باعث ایجاد حس استیصال می‌شود؟ آیا می‌توانید کاری کنید که وخامت اوضاع برای شخصیت اصلی، از آنچه هست، شدیدتر به‌نظر برسد؟
- ✓ آیا فاجعه سبب می‌شود شخصیت اصلی درگیر نبرد "مرگ یک‌بار، شیون یک‌بار" شود و خود را به آخر خط نزدیک ببیند؟ یا اینکه شخصیت اصلی می‌تواند بی‌خیال همه چیز شود و هیچ اقدامی نکند؟ اگر چنین است، آیا می‌توانید او را طوری در تنگنا قرار دهید که گزینه‌ای جز به خطر انداختن همه چیز و انجام آخرین تلاش عاجزانه‌ی خود نداشته باشد؟

آیا پایان داستان خواننده را مجبور به تعریف از آن برای دیگران می‌کند؟

لازم نیست حتماً کاری کنید که خواننده پایان را دوست داشته باشد. خواننده رمان را به این خاطر می‌خواند که آغاز آن او را اسیر خود کرده و میانه‌اش برای او جذابیتی سرگرم کننده داشته است. بسیاری از کتاب‌ها – از جمله کتاب‌های پرفروش و کلاسیک – پایان ساده‌ای دارند. اما پایان، آخرین چیزی است که خواننده پیش از بازگشت به زندگی عادی و حضور دوباره در جمع دوستانش می‌خواند. اگر پایان داستان او را راضی کند، آن وقت او از شما تعریف خواهد کرد، و اگر از پایان داستان راضی نباشد، طبعاً از آن تعریف نخواهد کرد. بهترین تبلیغ برای داستان شما، نوشتن پایانی خوب برای آن است. پایان خوب باعث تبلیغ شفاهی می‌شود و این بهترین نیروی بازاریابی در جهان است.

در فصل ۸ درباره‌ی سه نوع پایان صحبت کردیم: پایان خوش، پایان غمگین و پایان تلخ و شیرین. بسته به نوع داستانی که می‌نویسید، هریک از این‌ها می‌تواند پایان فوق‌العاده‌ای باشد. فکر نکنید که پایان خوش همانی است که خواننده را بیش از هرچیزی راضی می‌کند. فکر نکنید که برای هنرمندانه‌تر بودن باید پایانی غم‌انگیز در کاسه‌ی خواننده بگذارید. پایان باید با داستان تناسب داشته باشد. شخصیت اصلی باید به آنچه لیاقتش را دارد برسد؛ آن هم طوری که خواننده انتظارش را نداشته است.

نحوه‌ی نتیجه‌گیری از دو رمان نمونه

در *پدرخوانده* ویتو کورلئونه در نهایت راهی پیدا می‌کند که پسرش مایکل را از صندلی الکتریکی که دستگاه قضایی برایش در نظر گرفته برهاند و او را به خانه بازگرداند. بنابراین مایکل خلاصی یافته است. اما کسی تلاش کرده او را در سیسیل ترور کند. چه کسی دست به این کار زده است؟ واکنش مایکل و ویتو چه خواهد بود؟ آیا مایکل می‌تواند با وجود زیر پا گذاشته شدن پیمان صلح توسط پنج خانواده‌ی مافیایی دیگر، در آمریکا زندگی و کار کند؟ آیا مایکل مانند پدرش است؟ یا آدمکشی بی‌رحم مانند برادرش سانی؟ یا یک بزدل، مثل فِردی؟

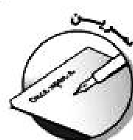
اگر این کتاب را خوانده باشید، می‌دانید که پایان آن با داستان تناسب کامل دارد: مایکل پس از مرگ پدرش در اثر سکته، زمام امور خانواده را به‌دست می‌گیرد، با وانمود کردن به ضعف، دشمنان خود را آرام می‌کند و سپس دستور چند قتل را صادر می‌کند که هم انتقام خون همسرش را می‌گیرد و هم او را به قوی‌ترین مرد تشکیلات زیرزمینی نیویورک تبدیل می‌کند. مایکل با صدور دستور ترور شوهرخواهر خودش ثابت می‌کند که از پدرش هم سنگدل‌تر است. پایان، پایانی تلخ و شیرین است. مایکل به هدفش رسیده، اما برای رسیدن به آن مجبور شده وجدان خود را بکشد. او به جایگاه مهمی رسیده، اما در مسیر آن نیکی روح خود را از دست داده است. همین باعث می‌شود شما دوستان‌تان را صدا بزنید و به آن‌ها بگویید: "همین الان بهترین کتابی که در عمرم خوانده‌ام تمام شد..."

در *غرور و تعصب* لیزی بِنِت از اینکه عمویش به‌نوعی اوضاع را رو به‌راه می‌کند بسیار شگفت‌زده می‌شود. خواهرش، لیدیا و ویک‌هام پیدا می‌شوند، قرض‌های ویک‌هام پرداخت می‌شود و آن دو به عقد هم درمی‌آیند. به این ترتیب ننگی که ممکن بود از ازدواج دو خواهر دیگر جلوگیری کند، از پیشانی خانواده پاک شده است. اما با این حال هنوز هم یک جای کار می‌لنگد. وقتی آقای بینگلی بازمی‌گردد تا از خواهر دیگر لیزی، جین، خواستگاری کند، لیزی افکارش را درباره‌ی این تغییر ناگهانی بخت و اقبال کنار می‌گذارد. اگر او چند ماه پیش در پاسخ به پیشنهاد ازدواج دارسی رفتار بهتری نشان داده بود، ممکن بود آینده‌ی او هم مانند خواهران‌اش روشن باشد. دارسی از مردی که لیزی در رؤیاهایش می‌دید خیلی بهتر است. اما لیزی دیگر به او دسترسی ندارد؛ شاید هم دارد؟!

خاله‌ی آقای دارسی، بانو کاترین دو بُرگ عصبانی از شایعه‌ای مبنی بر اینکه چشم لیزی به دنبال خواهرزاده‌اش است، به دیدن او می‌آید. لیزی از خود می‌پرسد که چطور چنین شایعه‌ای به راه افتاده است و در عین‌حال از تکذیب آن خودداری می‌کند. بانو کاترین بدجوری خشمگین است و وقتی از خیره‌سری لیزی با دارسی صحبت می‌کند،

او احســـاس می‌کند که می‌تواند باز هم به لیزی پیشـــنهاد ازدواج بدهد. اگر از این جور اتفاقات خوش‌تان می‌آید، این پایان برایتان پایان خوشـــی محسوب می‌شود و می‌توانید تعریفش را برای دوســـتان‌تان بکنید. در یکی دو قرن اخیر چندین میلیون خواننده که از این جور اتفاقات خوش‌شان می‌آمده، همین کار را کرده‌اند.

ارزیابی پایان داستان شما



قســـمت پایانی داستان خود – پرده‌ی ســـوم – را به‌طور کامل بخوانید و درباره‌ی این سؤالات فکر کنید:

- ✓ آیا شـــخصیت اصلی در یـــک رویارویی نهایی، که تنش‌های داســـتان را به اوج می‌رساند، قرار می‌گیرد؟
- ✓ آیا راه‌حل داســـتان شـــما پایانی خوش، غمگین یا تلخ و شیرین را برای آن رقم می‌زند؟ آیا این پایان، برای نوع کتابی که می‌نویسید، قابل‌قبول است؟
  - اگر پایان خوشی است، آیا می‌توانید پیروزی را در آن کامل‌تر جلوه دهید؟
  - اگر پایانی غم‌انگیز است، آیا می‌توانید شکست را دردناک‌تر جلوه دهید؟
  - اگر تلخ و شیرین است، آیا می‌توانید تضاد بین تلخی و شیرینی آن را آشکارتر نشان دهید؟
- ✓ آیا این پایان برای داستان‌تان مناسب است؟ آیا شخصیت اصلی به آنچه لیاقتش را دارد می‌رسد؟ آیا این پایان غافلگیر کننده است؟
- ✓ کدام ویژگی خاص پایان داســـتان شما ممکن است باعث شود خواننده درباره‌ی آن بـــرای دیگران حرف بزند؟ آیا می‌توانید این ویژگی را تقویت کنید؟ اگر چنین ویژگـــی‌ای وجود ندارد، می‌توانید– بدون بر هم زدن یکپارچگی هنری اثرتان – آن را ایجاد کنید؟

فهرست صحنه‌ها: تحلیل جریان صحنه‌ها

پس از آنکه خطّ داســـتانی را به‌درستی نوشتید و از پس ساختار سه‌پرده‌ای هم برآمدید، توصیه می‌کنیم صحنه‌ها را تحلیل کنید و مطمئن شـــوید سازگاری خوبی با هم دارند. *فهرســـت صحنه‌ها* تمام صحنه‌های داســـتان را در یک نگاه به شما نشان می‌دهد. اگر هنوز فهرست صحنه‌ها را ننوشته‌اید، به فصل ۹ مراجعه کنید و نحوه‌ی خلق این عنصر را یاد بگیرید. نوشـــتن این فهرســـت زمان زیادی نمی‌برد، اما محصول آن ابزار بسیار مفیدی در ویرایش لایه‌های میانی پی‌رنگ است.

در این قسمت درباره‌ی نحوه‌ی اصلاح فهرست صحنه‌ها – مرتب کردن، افزودن، حذف کردن و هدف‌گذاری دوباره‌ی آن‌ها – برایتان توضیح می‌دهیم تا بتوانید هر چه سریع‌تر توالی صحنه‌های داستان خود را ویرایش کنید (درباره‌ی ویرایش خودِ صحنه‌ها در فصل‌های ۱۴ و ۱۵ صحبت خواهیم کرد). همچنین به عنصر پیش‌آگاهی یا خبر از آینده نیز می‌پردازیم و توضیح می‌دهیم که چطور می‌توانید با استفاده از فهرست صحنه‌ها، پیش‌نویس دوم اثر خود را – ضمن اِعمال تمام اصلاحات بزرگ‌مقیاس – آماده کنید.

مرتب کردن صحنه‌ها

اولین کاری که باید انجام دهید حصول اطمینان از این است که فهرست صحنه‌ها به تک‌تک صحنه‌های دست‌نوشته‌ی شما اشاره دارد. توصیه می‌کنیم برای یادداشت‌برداری از فهرست صحنه‌ها از یک صفحه‌ی گسترده یا کارت‌های ۳ × ۵ استفاده کنید. هر صحنه را در قالب یک تا سه جمله خلاصه کنید و حالا به سؤالات تشخیصی زیر پاسخ دهید:

- ✓ **آیا فضاهای داده شده به سه فاجعه‌ی اصلی، نسبتاً برابرند؟** نگاه گذرایی به فهرست صحنه‌ها بیندازید و سه صحنه‌ای را که حاوی سه فاجعه‌ی اصلی ساختار سه‌پرده‌ای هستند شناسایی، کنید. این صحنه‌ها را به‌شکلی علامت‌گذاری کنید (مثلاً ردیف‌های مربوط به این صحنه‌ها در صفحه‌ی گسترده را رنگ کنید، یا اگر از کارت ۳×۵ استفاده می‌کنید، با خودکار قرمز زیر این صحنه‌ها خط بکشید). آیا از محل قرارگیری این فجایع راضی هستید؟ اگر نه، آیا می‌توانید با جابه‌جا کردن صحنه‌های دیگر، جایگاه آن‌ها را منطقی‌تر جلوه دهید؟ آیا می‌توانید چند صحنه را حذف یا اضافه کنید؟
- ✓ **اگر از شخصیت‌های مُشرف متعددی استفاده کرده‌اید، آیا به بعضی از آن‌ها فضای بیشتر داده شده و بعضی فضای کافی ندارند؟** اگر هر شخصیت مُشرف را با یک رنگ علامت‌گذاری کنید، می‌توانید با یک نگاه ببینید که او در چند صحنه حاضر می‌شود. البته انتظارش را داشته باشید که شخصیت‌های اصلی بیشتر از سایر شخصیت‌ها نقش مُشرف داشته باشند. اگر الگوهای حضوری که می‌بینید راضی‌تان نمی‌کند، سعی کنید شخصیت مُشرف بعضی از صحنه‌ها را طوری تغییر دهید که توزیع این نوع شخصیت‌ها منطق بهتری پیدا کند. (برای نکاتی درباره‌ی انتخاب شخصیت مُشرف به فصل ۱۲ مراجعه کنید)
- ✓ **آیا منطق داستان در تمام جریان‌های داستانی صادق است؟** اگر چنین نیست، آیا می‌توانید با افزودن، حذف، یا جابه‌جایی صحنه‌ها منطق داستان را بهبود بخشید؟ آیا زمان‌بندی وقایع داستان منطقی است؟
- ✓ **توزیع بار احساسی در صحنه‌ها به چه شکل است؟** نیازی نیست که تمام

صحنه‌ها بار احساسی زیادی داشـــته باشند. چنین حالتی برای خواننده ملال‌آور است. شما باید وزن احساســـی صحنه‌ها را با ضرباهنگی منطقی ارائه دهید. هر صحنه باید وزن احساسی مناسب خود را، با توجه به جایگاهش در داستان، داشته باشد. اگر بار احساسی صحنه‌ای کمتر از حد مناسب آن باشد، بهتر است جایگزین مناسبی برای آن صحنه پیدا کنید یا تکانه‌ی احساسی ناشی از خواندن آن صحنه را به طریقی تقویت کنید (فصل‌های ۱۴ و ۱۵ نکاتی درباره‌ی ویرایش صحنه‌ها ارائه می‌دهند).

✓ **آیا می‌توانید با به تأخیر انداختن یک صحنه، تعلیق داســـتان را افزایش دهید؟** آیا می‌توانید از غیاب یک شخصیت در صحنه‌های حیاتی به‌خصوصی، اطلاعات مهمی را از او پنهان کنید؟

ما به این نتیجه رســـیده‌ایم که کار کردن روی فهرســـت صحنه‌ها سبب روان‌تر شدن فرایند ویرایش می‌شـــود. جابه‌جا کردن ســـطرهای یک صفحه‌ی گسترده از بریدن و چسباندن صحنه‌های چندین صفحه‌ای در نرم‌افزار وُرد بسیار آسان‌تر است.

خبر از آینده: سرنخ‌هایی برای آماده کردن خواننده

باید بین دو کیفیت باورپذیری و غافلگیری ســـه فاجعه‌ی اصلی داستان تعادلی منطقی برقرار باشد. برقرار کردن این تعادل دشوار است، زیرا خواننده ممکن است خیلی پیش‌تر از وقوع یک فاجعه‌ی قابل‌باور، وقوع آن را حدس بزند. از ســـویی دیگر، خواننده ممکن اســـت خواننده فکر کند که یک فاجعـــه‌ی غافلگیرکننده کمی بیش از حد، غیرقابل‌باور است. این موضوع برای نقطه‌ی اوج (یا گره‌گشایی) داستان صدق می‌کند، زیرا نقطه‌ی اوج داستان هم باید باورپذیر باشد، هم غیرمنتظره.



یکی از رمزهای موفقیت در ایجاد تعادل مناسب بین دو کیفیت باورپذیری و غافلگیری این اســـت که خیلی پیش‌تر از وقوع فاجعه‌ها و رسیدن نقطه‌ی اوج داستانی، این دو را در داســـتان پیش‌بینی کنید. شـــما می‌توانید با تعبیه کردن ســـرنخ‌های کوچک و دیگر ریزه‌کاری‌های اطلاعات جزئی چنین کاری را انجام دهید. خواننده ممکن اســـت چنین ســـرنخ‌هایی را نادیده بگیرد. اما وقتی اتفاق غیرمنتظره‌ای در داستان شما رخ می‌دهد، فـــوراً می‌فهمد که باید احتمال وقوع آن را می‌داد، چرا که شـــما تمام اطلاعات لازم را پیش‌تر به او داده بودید. فهرســـت صحنه‌ها بهترین راه ردگیری این سرنخ‌ها و اشارات است.

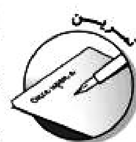
برای مثال، اگر شما نویسنده‌ی رمان غرور و تعصب بودید، احتمالاً می‌خواستید سومین فاجعـــه را (آقای ویک‌هام، لیدیای ۱۵ ســـاله را قانع می‌کند که بـــا او بگریزد تا زندگی نامشروعی را با هم آغاز کنند) تا جایی که می‌توانید قابل باور و در عین‌حال غیرمنتظره

جلوه دهید. اگر جین آستن یک صفحه‌ی گسترده داشت و فهرست صحنه‌هایش را در آن می‌نوشت، می‌توانست با افزودن تعدادی یادداشت، سرنخ‌های زیر را در صحنه‌های خاصی بگنجاند:

- ✓ در اوایل داستان، اشاره به اینکه لیدیا شیفته‌ی افسران ارتش است.
- ✓ صحنه‌ای که در آن لیدیا و ویک‌هام در یک میهمانی می‌رقصند.
- ✓ در نامه‌ای که دارسی به لیزی نوشت و در آن قضیه‌ی تلاش ویک‌هام برای اغوای جورجیانا دارسی را فاش کرد، اشاره به اینکه جورجیانا هم در آن زمان ۱۵ سال سن داشت.
- ✓ در صحنه‌ای دیگر، اشاره‌ای گذرا به اینکه لیدیا هم ۱۵ سال سن دارد.

البته لازم نیست تمام این سرنخ‌ها را در فهرست صحنه‌ها بگنجانید. در هنگام ویرایش اثر، این فهرست، ابزار ساده‌ای برای کمک به تصمیم‌گیری درباره‌ی محل افزودن سرنخ‌هاست. فهرست صحنه‌ها، داستان را در یک نگاه به شما نشان می‌دهد و کمک‌تان می‌کند که اطلاعات جزئی پیش‌آگاهی دهنده را تا جایی که می‌توانید در داستان پراکنده کنید.

کنار هم گذاشتن تمام اجزا در قالب پیش‌نویس دوم



اگر فهرست صحنه‌ها را ویرایش کرده باشید، برای اِعمال رسمی اولین سری اصلاحات در دست‌نوشته‌ی خود آماده هستید. ما فرض را بر این می‌گذاریم که دست‌نوشته‌ی شما در قالب یک متن واحد در نرم‌افزار وُرد نوشته شده است. اگر این‌طور نیست، می‌توانید مراحل زیر را طوری تغییر و انجام دهید که در پایان کار متن واحدی داشته باشید که کل پیش‌نویس دوم اثرتان در آن باشد. اکنون مراحل زیر را به‌ترتیب انجام دهید:

۱. یک کپی از متن تهیه و عنوان جدیدی برای آن انتخاب کنید که نشان دهد پیش‌نویس دوم است.

اگر عنوان فایل اولیه‌ی شما "رمان من.doc" باشد، می‌توانید عنوان کپی آن را "رمان من۲.doc" بگذارید. نسخه‌ی اول را در جای امنی ذخیره کنید. از این لحظه به بعد فقط با نسخه‌ی دوم سر و کار خواهید داشت.

۲. صحنه‌هایی را که از فهرست صحنه‌ها حذف کرده‌اید، از فایل خود نیز حذف کنید.

درباره‌ی حذف صحنه‌ها در فصل ۱۴ صحبت خواهیم کرد.

۳. اگر صحنه‌هایی را به فهرست اضافه کرده‌اید، نقاط مربوط به آن‌ها را در پیش‌نویس جدید علامت‌گذاری کنید.

کافی اســـت در قالب یکی دو جمله داخل کروشه توضیح دهید که در صحنه‌ی جدید چه اتفاقاتی قرار اســـت بیفتد. مجبور نیستید صحنه‌ی جدید را همین حالا بنویسید. اما اگر می‌خواهید این کار را بکنید، ایرادی ندارد.

۴.اگر صحنه‌هایی را در فهرســـت جابه‌جا کرده‌اید، آن‌ها را از پیش‌نویس جدا کنید، و در جای جدیدشان بگذارید.

۵.در آغاز صحنه‌هایی که برای انجام اصلاحات مهم علامت‌گذاری شـــده‌اند، کروشـــه‌ای اضافه کنید و در آن توضیح دهید که چه تغییراتی قرار است ایجاد شود. مجبور نیستید این تغییرات را همین حالا اِعمال کنید.

۶.اگر هنوز صحنه‌های جدید را ننوشـــته‌اید، حالا وقت‌اش اســـت که آن‌ها را بنویسید.

پیش‌نویس دوم شما اکنون کامل است.

۷.کپی جدیدی از این فایل تهیه کنید و آن را ســـومین پیش‌نویس رمان خود تلقی کنید.

عنوان این نسخه را مثلاً "رمان من۳.doc" بگذارید. مبارک است! حالا آماده‌اید تک‌تک صحنه‌ها را در این نســـخه ویرایش کنید. برای این کار از شیوه‌هایی که در فصل‌های ۱۴ و ۱۵ توضیح خواهیم داد استفاده کنید.

فصل ۱۴

ویرایش صحنه‌ها با توجه به ساختار

در این فصل

- مشخص کردن صحنه‌هایی که به تعمیر نیاز دارند
- تعمیر صحنه‌های کُنشی و واکنشی
- حذف صحنه‌های غیرقابل تعمیر

پس از آنکه از تناسب شخصیت‌ها مطمئن شدید (به فصل ۱۲ مراجعه کنید) و خطّ داستانی، ساختار سه‌پرده‌ای و فهرست صحنه‌ها را به بهترین نحو ممکن نوشتید و اصلاح کردید (به فصل ۱۳ مراجعه کنید)، آمادگی ویرایش یکایک صحنه‌های رمان خود را خواهید داشت. کوچک‌ترین واحد داستان، صحنه است و به همین دلیل اصلاح ساختار آن امری حیاتی است. رمان شما ممکن است بین ۵۰ تا ۱۰۰ (یا بیشتر) صحنه داشته باشد و تمام صحنه‌ها در داستان اهمیت دارند. همه‌ی صحنه‌ها باید در پیش‌بردن ماجرای داستان نقش داشته باشند.

در این فصل سؤالات تشخیصی خاصی را مطرح می‌کنیم که به دو نوع صحنه‌ی بنیادی موجود اشاره دارند: صحنه‌های کنشی و صحنه‌های واکنشی. هر سؤال مشکل خاصی را آشکار می‌کند و ما برای هر نوع مشکل، طرحی به شما پیشنهاد می‌کنیم که به‌وسیله‌ی آن مشکل را برطرف کنید.

مثال‌ها مهم‌اند. بنابراین در این فصل مثال‌هایی از صحنه‌های معیوب در اختیارتان می‌گذاریم و نحوه‌ی اصلاح عیوب آن‌ها را هم به شما آموزش می‌دهیم. برای ما مهم نیست که با نشان دادن صحنه‌های معیوب آثار نویسندگان موفق (و اصلاح آن‌ها) آبروی آن‌ها را ببریم. اما به‌جای این کار صحنه‌های خوب و بی‌نقصی را از رمان‌های موفق انتخاب کرده‌ایم و بعد حالت اولیه‌ی آن‌ها را با مشکلاتی که در چنین صحنه‌هایی سراغ داریم، برای خود مجسم کرده‌ایم. با اشاره به این صحنه‌ها به شما خواهیم گفت که چطور می‌توان چنین مشکلاتی را برطرف کرد. سپس نشان‌تان می‌دهیم که نویسنده در رمان واقعی، آن صحنه را نهایتاً چگونه نوشته است.

اگر حس کنید صحنه‌ای قابل اصلاح نیســـت، باید آن را از رنجی که می‌کشـــد خلاص کنید! نسبت به صحنه‌هایی که نمی‌توانید نجات‌شان دهید بی‌رحم و نسبت به صحنه‌های قابل اصلاح دل‌رحم باشید.

توجه کنید که این فصل فقط به مشـــکلات ساختاری می‌پردازد؛ نحوه‌ی رفع مشکلات موجود در کنش، گفت‌وگو و ســـایر ابزارهای آفرینش صحنه‌ها را در فصل بعد توضیح می‌دهیم. توصیه می‌کنیم قبل از هر کاری، تمام مشـــکلات ساختاری صحنه‌ها را حل کنید.

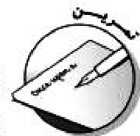
تریاژ: تصمیم‌گیری برای اصلاح، حذف یا دست نزدن به صحنه‌ها

اصلاح ساختار صحنه با فرایندی آغاز می‌شود که ما به آن *تریاژ* می‌گوییم. برای تریاژ، شـــما باید هر صحنه را بخوانید، ساختار آن را تحلیل کنید و بعد یکی از سه تصمیم زیر را بگیرید:

- ✓ **ساختار درست است.** به آن دست نزنید.
- ✓ **ساختار درست نیست، اما قابل اصلاح است.** آن را اصلاح کنید.
- ✓ **ساختار درست نیست و امکان درست شدن آن صفر است.** حذفش کنید.

در فصل ۹ درباره‌ی دو نوع ســـاختار صحنه‌ی موجود صحبت کردیم: صحنه‌ی کنشی (که الگوی هدف، کشمکش و پس‌رفت را دنبال می‌کند) و واکنشی (که الگوی واکنش، دو راهی و تصمیم را دنبال می‌کند). در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم ببینید که ساختار صحنه‌ها درست است یا خیر.

شناسایی صحنه‌های معیوب



در این قســـمت چند سؤال تشـــخیصی طرح کرده‌ایم که باید برای هر صحنه به آن‌ها پاسخ دهید. پیش از اینکه به این سؤالات فکر کنید، صحنه را بادقت بخوانید. سرسری به آن نگاه نکنید! صحنه را با سرعت عادی و بدون ویرایش یا یادداشت‌برداری مطالعه کنید. سپس به این سؤالات پاسخ دهید:

- ✓ آیا شخصیت مُشرف در این صحنه به هدف داستانی خود نزدیک‌تر شده یا از آن رانده شده است؟
- ✓ اوضاع و احوال شخصیت مُشرف در پایان صحنه بهتر است یا وخیم‌تر؟
- ✓ اگر برای اولین بار این داســـتان را می‌خواندید، آیا دلتان می‌خواست ورق بزنید و ببینید بعد از این صحنه چه اتفاقی قرار است بیفتد؟

ســاختار یک صحنه زمانی درست اســت که آن صحنه داستان را پیش برده باشد. اگر پاســخ شما به هریک از سؤالات بالا مثبت باشد، احتمالاً ساختار صحنه‌ی شما احتمالاً درست اســت. اگر به هر سه سؤال پاسخ مثبت داده باشــید، می‌توانید از درست بودن ساختار صحنه‌ی خود کاملاً مطمئن باشید.

اگر ســاختار صحنه درست باشد، باید آن را به حال خود بگذارید. البته معنای این گفته این نیست که آن صحنه نیازی به ویرایش ندارد؛ منظورمان این است که "ساختار" آن نیازی به اصلاح ندارد. فصل ۱۵ به شــما می‌گوییم که چطور می‌توان گفت‌وگو، کنش و دیگر موارد مشابه را ویرایش کرد.

اگر ساختار صحنه درست نباشد، زندگی‌تان بدجوری به هم می‌ریزد. سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چرا ساختار این صحنه درست نیست؟ حالا توجه شما را به چند ایراد ساختاری متداول جلب می‌کنیم:

- ✓ صحنه نه کنشی است و نه واکنشی.
- ✓ صحنه باید کنشی باشد، اما یکی از اجزایش (هدف، کشمکش یا پس‌رفت) حذف شده یا ضعیف است.
- ✓ صحنه قرار اســت واکنشی باشــد، اما یکی از بخش‌هایش (واکنش، دو راهی یا تصمیم) حذف شده یا ضعیف است.

ارزیابی احتمال بهبود صحنه‌ها

اگر صحنه مشــکل ساختاری داشته باشــد، آن وقت باز هم باید تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید آن را نگهداری و اصلاح کنید یا به کل از خیر آن بگذرید.



پیش از آنکــه تصمیم به حذف یک صحنه بگیرید، خوب فکر کنید و ببینید که چطور می‌شــود آن را اصلاح کرد. شما فقط زمانی می‌توانید صحنه‌ای را به‌کل حذف کنید که هیچ امیدی به اصلاح آن نباشد. سؤالات زیر را از خود بپرسید، زیرا پاسخ آن‌ها می‌تواند در تصمیم‌گیری برای نحوه‌ی حل مشکل‌تان به شما یاری رساند:

- ✓ **چه چیزی در این صحنه تغییر کرده اســت؟** اگر چیزی تغییر نکرده است و اگر امکان تغییر چیزی وجود ندارد، این صحنه دردســری بســیار بسیار بسیار بزرگ اســت. چرا باید صحنه‌ای داشته باشــید که چیزی در آن تغییر نمی‌کند؟ حدس می‌زنیم که آن را برای بازگو کردن تکه‌ای از پیشــینه‌ی داستانی نوشته‌اید. اگر چنین اســت، آیا واقعاً به این بخش از پیشینه‌ی داستانی نیاز دارید؟ آیا وجود این پیشینه برای پیش بردن داستان لازم است؟ یا فقط اطلاعاتی است که ندانستن

آن توفیری به حال خواننده ندارد؟

✓ **آیا این صحنه اطلاعات جدیدی به شخصیت‌ها ارائه می‌کند یا اینکه صرفاً برای خواننده تازگی دارد؟** اگر صحنه چیز جدیدی برای شخصیت‌ها ندارد، باید دنبال راهی بگردید تا آن را – حداقل برای یکی از شخصیت‌ها – تازه و جذاب جلوه دهید:

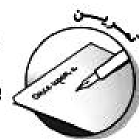
- آیا می‌توانید راهی پیدا کنید که اطلاعات جدید را به خبری بد برای یکی از شخصیت‌ها تبدیل کنید؟ اگر بله، این یک پس‌رفت (شکست) است و پس‌رفت راه بسیار خوبی برای به پایان رساندن یک صحنه‌ی کنشی است.

- آیا می‌توانید این اطلاعات جدید را به‌نحوی به‌کار ببرید که شخصیت را در خیز برداشتن به‌سوی هدف داستانی‌اش یاری کنید؟ اگر بله، این یک تصمیم است و تصمیم راه فوق‌العاده‌ای برای به پایان رساندن یک صحنه‌ی واکنشی است.

✓ **آیا صحنه با یک پس‌رفت یا تصمیم تمام می‌شود؟** اگر چنین نیست، صحنه در هیچ‌یک از دو الگوی رایج و استاندارد – کنشی و واکنشی – نمی‌گنجد. احتمالاً به همین خاطر است که حس کرده‌اید صحنه ایراد دارد. آیا می‌توانید راهی پیدا کنید که پس‌رفت یا تصمیمی به پایان صحنه اضافه کنید؟ آیا افزودن یکی از این دو عنصر می‌تواند بار احساسی صحنه را افزایش دهد؟

اگر صحنه قابل اصلاح به‌نظر می‌رسد، قسمت‌های بعدی را تحت عناوین "اصلاح صحنه‌های کنشی" و "اصلاح صحنه‌های واکنشی"، مطالعه کنید تا راه‌های بهبود بخشیدن به صحنه را بیاموزید. اگر نمی‌توانید در یک صحنه‌ی معیوب راهی برای ایجاد تغییر (ترجیحاً افزودن یک پس‌رفت یا تصمیم) پیدا کنید، شاید بهتر باشد آن صحنه را به‌کل حذف کنید. در یکی از قسمت‌های آتی ("حذف صحنه‌های لاعلاج") درباره‌ی صحنه‌های غیرقابل اصلاح صحبت خواهیم کرد.

اصلاح صحنه‌های کنشی



صحنه‌ی کنشی باید شامل هدف، کشمکش و پس‌رفت باشد. به سؤالات زیر پاسخ دهید تا راه‌هایی برای بهبود صحنه‌های کنشی پیدا کنید:

✓ **آیا در آغاز این صحنه آشکارا هدفی را تعریف کرده‌اید؟** آیا این هدف، ساده، ملموس، ارزشمند، قابل دستیابی و دشوار است؟ (در فصل ۹ درباره‌ی این معیارها توضیح داده شده است) اگر این صحنه هر یک از عناصر نامبرده را ندارد، یا در ارائه‌ی آن‌ها دچار ضعف است، می‌توان آن را اصلاح کرد؟

- ✓ **آیا بخش اصلی صحنه در راستای دستیابی به هدف آن قرار دارد؟** آیا شخصیت مُشرف با مقاومت مواجه می‌شـــود؟ همه‌ی صحنه‌های کنشی به کشمکش نیاز دارند (کشمکش یعنی تلاش مکرر برای رسیدن به هدف، به‌طوری که تک‌تک تلاش‌ها با مقاومت مواجه شوند). آیا مقاومتی که در صحنه وجود دارد کم است و در نتیجه ســـبب کسالت‌آور شدن آن می‌شـــود؟ آیا شخصیت شما به‌راحتی به آنچه می‌خواهد می‌رســـد؟ آیا می‌توانید راهی برای تشدید مقاومت پیدا کنید؟ آیا می‌توانید زندگی شخصیت مُشرف را برایش سخت کنید؟

  آیا طول این صحنه، با توجه به اهمیت آن، مناســـب اســـت؟ آیا لازم است آن را کوتاه‌تر یا بلندتر کنید؟

- ✓ **آیا صحنه با یک پس‌رفت یا شکست مهم تمام می‌شود؟** آیا شکست به منزله‌ی واژگونی کامل هدف اســـت؟ آیا این شکســـت باعث می‌شود شخصیت مُشرف احساس کند که زندگی‌اش بسیار تلخ‌تر از زمانی است که در وهله‌ی اول تصمیم گرفـــت چنین هدفی را دنبال کند؟ آیا می‌توانید هدف این صحنه را طوری تغییر دهید که با شکست انتهای آن تناسب بیشتری داشته باشد؟

در این قســـمت مثالی از صحنه‌ای معیوب را ذکر می‌کنیم و نشان می‌دهیم که چطور می‌توانید با پرسیدن سؤال‌های تشخیصی یک صحنه‌ی کنشی را اصلاح کنید.

یک صحنه‌ی کنشی فرضی: روز شغال

این مثال یک صحنه‌ی کنشی فرضی است که در اوایل رمان مهیج *روز شغال*، نوشته‌ی فردریک فورســـیث اتفاق می‌افتد (البته ما می‌دانیم که فورســـیث صحنه‌های اصلی را براســـاس یک رویداد تاریخی واقعی نوشته است، بنابراین تلاش نمی‌کنیم نشان دهیم که او چطور ایده‌ی نوشـــتن چنین صحنه‌ای را پیدا کرد؛ هدف ما در اینجا این است که نشـــان دهیم می‌توانید صحنه‌ای بی‌بنیان را با پرسیدن سؤال‌های مناسب، به صحنه‌ای ساختارمند تبدیل کنید).

در اینجا صحنه‌ی فرضی را به‌طور خلاصه شرح می‌دهیم: دوازده مرد فرانسوی، در ۲۲ آگوست سال ۱۹۶۲، در کنار خیابان شلوغی در پاریس ایستاده‌اند. کمی از ساعت ۸ شب گذشته و خورشـــید غروب کرده است. دیدها تار است، اما غرش اتومبیل‌های سیتروئن و چندین موتور پلیس توجه شـــخصیت‌ها را به خود جلب می‌کند. آن‌ها به‌ســـمت صدا برمی‌گردند و می‌بینند که کاروان موتوری شارل دوگـــل به‌سرعت از کنارشان عبور می‌کند.

آن‌ها با دیدن دوگـــل عصبانی می‌شوند. تمام این مردان کهنه‌سربازان جنگ الجزایرند و احساس می‌کنند که دوگـــــل، با شکستن قول‌هایی که در دوره‌ی انتخابات داده بود،

به آن‌ها خیانت کرده اســت (دوگـــل پیش از انتخاب شــدن به‌عنوان رییس جمهور گفته بود که الجزایر را به‌عنوان مســتعمره نگاه می‌دارد). آن‌ها چند دقیقه‌ای را با دادن شعارهایی علیه دوگـــل سپری می‌کنند و سپس به کافه‌ای در آن نزدیکی می‌روند تا با غم‌هایشان کنار بیایند.

در جستجوی تغییر

ساختار صحنه‌ی فرضی قســمت قبلی چه ایرادی دارد؟ بهتر است بپرسید چند تا ایراد دارد! هیچ چیزی در این صحنه تغییر نمی‌کند. شــخصیت‌ها در پایان صحنه نه حال و روز بهتری دارند، نه بدتر. دوازده مرد فرانسوی بیزار از دوگـل – که در ابتدای صحنه نشان داده شدند – در پایان صحنه هم از او متنفرند.

دلیل اینکه هیچ چیز تغییر نمی‌کند این اســت که شــخصیت‌ها بدون هدف خاصی به صحنه آمده‌اند. بی‌هدفی شــخصیت‌ها باعث می‌شــود کاری هم برای عصبانیت خود نکنند و به ناســزا گفتن بســنده کنند. البته این ممکن است همان کاری باشد که شما در مواجهه با یک شــخصیت سیاســی منفور انجام می‌دهید. اما چنین کاری داستان را بی‌معنی جلوه می‌دهد. هیچ اتفاقی نیفتاده و صحنه به همین دلیل درست نیست.

ممکن اســت گله کنید که امکان ندارد هیچ نویســنده‌ای چنیــن صحنه‌ای خلق کند. نویســنده‌ها با نوشــتن هر صحنه هدف خاصی را دنبال می‌کنند، مگر نه؟ باید بگوییم که: نخیر! همیشه هم این‌طور نیســت. برای بسیاری از نویسنده‌ها لذت نویسندگی در این است که هنگام نوشتن بفهمند داستان به کجا می‌رسد. بنابراین اگر آن‌ها نتوانند در دست‌نوشته‌ی اول صحنه‌های خوبی بنویسند، باید در مرحله‌ی ویرایش، ایرادات نوشتار خود را رفع کنند.

چطور می‌توانیم صحنه‌ی فرضی‌مان را اصلاح کنیم؟ ما به ســؤالات تشخیصی پاسخ می‌دهیم و بررسی می‌کنیم که آیا می‌توان این صحنه را اصلاح کرد یا خیر.

انتخاب هدفی وزین

برای یک صحنه‌ی کنشی، ابتدا باید هدف شخصیت را درنظر بگیریم. آیا هدف در آغاز صحنه به‌خوبی تعریف شــده؟ آیا این هدف ســاده، ملموس، ارزشمند، قابل دستیابی و دشوار است؟ اگر این‌طور نیست، آیا می‌توانید این ویژگی‌ها را در آن ایجاد کنید؟

شــخصیت‌های ما در آغاز صحنه‌ی فرضی بالا هیچ هــدف خاصی ندارند. ما به‌راحتی می‌توانیم برای آن‌ها هدف تعریف کنیم. این آقایان چه هدفی می‌توانند داشــته باشند؟ اینکه مشت‌های خود را جلوی یک کاروان موتوری تکان بدهند؟ اینکه خطاب به مردی

که حتی صدایشـــان را هم نمی‌شنود دشنام بگویند؟ نه و باز هم نه! این‌ها اهداف پیشِ پا افتاده‌ای هســـتند که ارزش گرفتن وقت ما را ندارند. ما باید هدف بزرگی برای آن‌ها تعریف کنیم؛ در واقع بزرگ‌ترین هدفی که در ذهن می‌گنجد. باید تا جایی که می‌توانیم بالا بپریم!

هدفی که به شخصیت‌ها می‌دهیم ترور شارل دوگـــــل است. این هدف بسیار افراطی اســـت. اما شخصیت‌های ما هم مردانی‌اند با احساسات طوفانی. اهداف افراطی به خلق رمان‌هـــای مهیجِ خوب کمـــک می‌کند. حالا ببینیم این هـــدف می‌تواند نیازهای ما را برآورده کند یا خیر:

- ✓ **ساده است؟** بله. *ساده* یعنی اینکه هدف تعریفی ساده داشته باشد. خواننده برای دانســـتن این مطلب که عبور گلوله از مغز سبب مرگ می‌شود، نیازی به شواهد پیچیده ندارد.
- ✓ **ملموس اســـت؟** بله. در پایان داستان، دوگـــــل یا مُرده یا هنوز زنده است. هر شاهدی هم می‌تواند فرق بین این دو حالت را تشخیص دهد.
- ✓ **ارزشمند است؟** بله. در نظر شخصیت‌ها ارزشمند است. این یکی از نکات کلیدی است.



خواننده نیازی ندارد باور کند که هدف ارزشـــمند است. خواننده تنها باید باور کند که شخصیت‌ها فکر می‌کنند که این هدف خاص ارزش تلاش آن‌ها را دارد.

- ✓ **دســـت‌یافتنی است؟** بله. شارل دوگـــــل عمر جاودان ندارد. اگر به تعداد کافی به او شـــلیک کنید خواهد مُرد. **توجه:** ممکن است استدلال کنید که این هدف دست‌نیافتنی است، زیرا خواننده می‌داند که دوگـُــل در سال ۱۹۶۲ ترور نشد. بله درست است، اما خواننده همیشه مایل است به ناباوری پناه ببرد و تاریخ متفاوتی از وقایع را تصور کند.
- ✓ **دشوار است؟** بله. نیروهای امنیتی فرانسوی، آموزش‌دیده، سرسخت و منضبطند. نزدیک شدن به دوگـُــل به‌آسانی ورود به باغ تویلری نیست!

در نتیجه‌ی انتخاب یک هدف تعریف شـــده، صحنه باید کمی طولانی‌تر شـــود. در این صورت، آغاز صحنه صرفاً نشـــان دهنده‌ی مردانی که گوشه‌ی خیابان ایستاده‌اند و هیچ کاری هـــم نمی‌کنند نخواهد بود؛ آغاز صحنه نشـــان می‌دهد که آن‌ها طبق نقشـــه در جایگاه‌هایی که ماه‌ها برای قرارگیری در آن‌ها تمرین کرده‌اند، می‌ایستند.

نشان دادن کشمکش

تصـــور کنید که صحنه‌ی فرضی بالا را با گنجاندن هدف بهتری بازنویســـی کرده‌ایم:

تروریست‌های مورد نظر ما منتظر عبور کاروان موتوری دوگـــــل می‌مانند. آن‌ها همه چیز را با نکته‌بینی برنامه‌ریزی کرده‌اند. یک دیده‌بان هم در ایســـتگاهی گماشـــته‌اند تا با نزدیک شدن سیتروئن دوگــــــل به آن‌ها علامت بدهد. تیمی از تک‌تیراندازان روی بامی مستقر شده‌اند تا با گلوله‌باران کردن ماشین دوگــــــل آن را متوقف کنند. چند تن دیگر هم آماده‌اند تا ســـوار بر اتومبیل، خود را به محل برســـانند و تیر خلاص را شلیک کنند. چند اتومبیل و یک راه فرار هم از قبل در نظر گرفته شده است. نقشه بدون عیب و نقص اجرا می‌شود. آن‌ها دوگــــــل را می‌کشند و سپس به نزدیک‌ترین کافه می‌روند و تا دیر وقت آنجا می‌مانند.

اشکال این صحنه چیســـت؟ از لحاظ ساختاری، مشکل این است که صحنه کشمکش ندارد. نگاهی به سؤالات تشخیصی‌مان بیندازید: آیا شخصیت مُشرف با مقاومت مواجه می‌شـــود؟ آیا شخصیت شـــما به‌راحتی به آنچه می‌خواهد می‌رسد؟ آیا می‌توانید زندگی شخصیت مُشرف را برایش سخت کنید؟

این صحنه برای تروریســـت‌ها بیش از حد آسان بوده است. راه‌حل مشکل ساده است: باید کاری کنیم که نقشـــه‌ی آن‌ها دچار نقص شود. تروریست‌ها موشکافانه برنامه‌ریزی کرده‌اند. اما با این حال باید در کار آن‌ها ایرادی پیدا شـــود و بعد دردســـرهای دیگری نیز در پی آن پیش بیاید. کشـــمکش باید آن‌قدر ادامه پیدا کند تا صحنه به پایان برسد. شخصیت‌های ما قرار نیســـت با یک مانع مواجه شوند. آن‌ها باید با چندین مانع دست و پنجه نرم کنند.

بیایید کشمکشی را به این صحنه بیفزاییم. اول اینکه تروریست‌ها فراموش کرده‌اند که تا رسیدن دوگــــــل به محدوده‌ی ترور، هوا تاریک می‌شود. به همین دلیل دیده‌بان تا لحظه‌ی عبور کاروان موتوری از کنار خود متوجه آن‌ها نمی‌شـــود و قادر نیست به‌موقع علامت بدهد.

این یک مانع در مسیر شخصیت‌هاســـت، اما وجود آن کافی نیست. شخصیت‌ها وقتی بـــه مانعی برخورد می‌کنند فوری در نمی‌روند. حتی با وجود اینکه به آن‌ها علامت داده نشـــده و برای این حالت آمادگی نداشته‌اند، به‌محض دیدن ماشین دوگــــــل شروع به تیراندازی می‌کنند و حین عبور ســـریع این کاروان تا جایی که می‌توانند به آن شـــلیک می‌کنند. آن‌ها تیراندازانی خبره‌اند و تعدادی از گلوله‌هایشـــان به ماشین برخورد می‌کند و با اصابت به لاستیک‌ها آن‌ها را سوراخ می‌کند.

آنچه در بند قبل گفتیم نوعی کشمکش است؛ اما باز هم کافی نیست. نیروهای حفاظتی فرانسوی همین طور دست به سینه نمی‌نشینند تا گلوله‌باران شوند. راننده‌ی دوگــــــل طبق آموزش‌هایی که دیده، حـــرکات لازم را برای فرار انجام می‌دهد. در همین حین، محافظان دوگـــل هم به تروریست‌ها شلیک می‌کنند. این کنش‌ها با تلاش مضاعف دو

طرف ادامه پیدا می‌کند. تیم دوم تروریست‌های سوار بر اتومبیل سر می‌رسد و تیراندازی را آغاز می‌کند. راننده باز هم از این مخمصه می‌گریزد. محافظان دوگـــل همچنان به تیراندازی ادامه می‌دهند. ما تمام این کشـــمکش را لحظـــه به لحظه، با جزئیات کامل نشان می‌دهیم.

در تعقیب شکست

تصـــور کنید که صحنه‌ی فرضی‌مان را با افزودن جزئیات دو قســـمت قبل بازنویســـی کرده‌ایم: تروریســـت‌ها نقشـــه‌ی دقیقی برای قتل دوگل کشـــیده‌اند. اما نتوانســـته‌اند زمان‌بندی غروب خورشـــید را درست محاســـبه کنند و دلیل غافلگیری‌شان هم همین بوده اســـت. در هر صورت تیراندازی آغاز می‌شود و لاستیک‌های ماشین رییس‌جمهور سوراخ می‌شود. نیروهای امنیتی هم با شلیک گلوله به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند. نبرد مسلحانه‌ی سختی بین دو گروه در می‌گیرد. ماشین دوگـــل متوقف می‌شود. سردسته‌ی تروریست‌ها آخرین گلوله‌ی خود را شلیک می‌کند و دوگل را می‌کشد.

حالا ایراد صحنه چیست؟ مشکل ساختاری این است که شخصیت‌ها به خواسته‌ی خود می‌رســـند. هیچ چیز نمی‌تواند از این موضوع خوشحال‌ترشـــان کند. بنابراین، رمان در صفحه‌ی ۱۰ تمام می‌شود! به‌نظرتان اندکی زود نبود؟

دوباره به ســـؤالات تشخیصی‌مان نگاه کنید: آیا صحنه با یک پس‌رفت یا شکست مهم تمام می‌شود؟ آیا شکست به منزله‌ی واژگونی کامل هدف است؟ آیا این شکست باعث می‌شود شخصیت مُشرف احساس کند که زندگی‌اش بسیار تلخ‌تر از زمانی است که در وهله‌ی اول تصمیم گرفت چنین هدفی را دنبال کند؟



در آغاز داســـتان شخصیت‌ها نه به پیروزی، که به یک شکست نیاز دارند؛ آن هم یک شکست بزرگ. آن‌ها باید دلیلی داشته باشند که به خاطر آن برگردند و دوباره در فصل بعـــدی و بعدی و بعـــدی مبارزه کنند و آن‌قدر به این مبـــارزه ادامه دهند تا کتاب تمام شـــود. پیروزی‌های زودهنگام داستان‌های خســـته کننده‌ای می‌سازند، اما شکست‌های زودهنگام سبب هیجان‌انگیز شدن ماجراها می‌شوند.

راه‌حل این مشکل این است که کاری کنیم که دوگل از این حمله جان سالم به در برد و تروریســـت‌ها در نهایت گیجی و عصبانیت، از دست خودشان فرار کنند و عزم خود را جزم کنند تا برگردند و عملکرد بهتری داشـــته باشـــند. این یعنی واژگونی کامل هدف. اوضاع تروریســـت‌ها از آنچه در آغاز صحنه دیدیم وخیم‌تر اســـت. زیرا اکنون نیروهای امنیتی فرانســـوی در نهایت عصبانیت دنبال آن‌ها می‌گردند. تروریست‌ها بعد از این به مجرمان فراری تبدیل شده‌اند.

آزمودن نتیجه‌ی نهایی

صحنه‌ای که از آن اســتفاده کردیم در رمان اصلی به این شکل است: تروریست‌ها یک دیده‌بان در فاصله‌ی ۹۰ متری خیابان مورد نظر گماشــته‌اند تا با تکان دادن روزنامه‌ای در هوا، نزدیک شدن سیتروئن دوگــــل را خبر دهد. این علامت به تیراندازان چندین ثانیه وقت می‌دهد تا ماشین را هدف بگیرند.

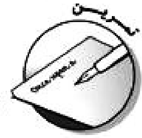
ایراد نقشـــه‌ی آن‌ها ناشی از آن است که زمان غروب خورشید را در تقویم سال ۱۹۶۱ پیدا کردند. اما ســال جاری ۱۹۶۲ است. در ســال ۱۹۶۱، غروب خورشید در تاریخ ۲۲ آگوست، در ساعت ۸:۳۵ دقیقه اتفاق افتاد، اما در سال ۱۹۶۲ خورشید ۲۵ دقیقه زودتر، یعنی در ســاعت ۸:۱۰ دقیقه غروب کرد (فورســیث دقیقاً توضیــح نمی‌دهد که دلیل نجومی این اتفاق غیرممکن چیســت، اما ظاهــراً خواننده‌های معدودی از این موضوع خرده گرفته‌اند).

در ادامه‌ی صحنه، ماشین دوگــل در ساعت ۸:۱۸ دقیقه‌ی شب نزدیک می‌شود. دیده‌بان درست در لحظه‌ی رد شدن ماشین از کنارش علامت می‌دهد. اما تیراندازانی که در ۱۰۰ یــاردی او قرار دارند هم نمی‌توانند او را ببینند. آن‌ها کاروان را در لحظه‌ی عبور آن در خیابان مقابل خود می‌بینند و شتابان شروع به شلیک به سیتروئنی می‌کنند که حالا دارد دنده‌عقب می‌رود. لاســتیک‌های ماشین سوراخ و شیشه‌های آن خرد می‌شوند. گلوله‌ها از فاصله‌ی چند میلی‌متری رییس‌جمهور عبور می‌کنند. تروریست‌ها نه می‌توانند ماشین را متوقف کنند، نه خراشی بر ژنرال بیندازند. دومین گروه تروریست‌ها که سوار اتومبیل هستند وارد عمل می‌شوند و در رویارویی با نیروهای امنیتی شکست می‌خورند. کاروان موتوری به سلامت به فرودگاه می‌رسد و دوگل با ریش‌خند می‌گوید: "این‌ها بلد نیستند درست شلیک کنند!"

مأموریت شکســت خورده است و حالا تروریست‌ها جانیان فراری‌اند. نیروهای حفاظتی در آماده‌باش به سر می‌برند و تدابیر امنیتی دو چندان شده است. این پس‌رفت مقدمه‌ی تمام ماجراهایی می‌شود که از این لحظه به بعد در رمان اتفاق می‌افتند.

فردریک فورســیث صحنه را به‌شکلی که ما شــرح دادیم ننوشت، زیرا او این صحنه را بر اســاس یک حمله‌ی تروریستی واقعی نوشته اســت. اما اگر الگویی واقعی هم برای خلق این صحنه در اختیار نداشت، باز هم می‌توانست چنین تصویر خوبی را از صحنه‌ی مزخرفی که ما کارمان را با آن شــروع کردیم بســازد. این کار فقط با پاســخ دادن به سؤالات تشخیصی مناسب امکان‌پذیر می‌بود.

اصلاح صحنه‌های واکنشی



یک صحنه‌ی واکنشی شامل واکنش، دوراهی و تصمیم است. سؤالات تشخیصی زیر را پاسخ دهید تا بتوانید با تیمار صحنه‌های واکنشی، آن‌ها را کاملاً اصلاح کنید:

- ✓ **آیا این صحنه با واکنشی متناسب با شکست صحنه‌ی پیشین آغاز می‌شود؟** آیا صحنه احساسی و دگرگون کننده است؟ آیا واکنش با توجه به حال روحی شخصیت مُشرف و خلقیات او منطقی است؟ آیا واکنش بیش از حد طولانی یا بیش از حد کوتاه است؟
- ✓ **آیا حد فاصل واکنش تا دو راهی را طوری طی می‌کنید که هیچ گزینه‌ی خوبی پیشِ پای شخصیت مُشرف قرار نگیرد؟** آیا دو راهی به اندازه‌ی کافی برای این صحنه دشوار است (نه خیلی آسان و نه خیلی سخت)؟ آیا راه‌حلی بدیهی برای این مشکل وجود دارد، اما شخصیت به‌قدری آشفته است که نمی‌تواند آن را ببیند؟ آیا توانسته‌اید شخصیت را به اندازه‌ی کافی تحت فشار بگذارید؟ آیا او زمان کافی را صرف تلاش برای حل مشکلش می‌کند؟
- ✓ **آیا شخصیت در پایان صحنه تصمیم خود را می‌گیرد؟** آیا تصمیم او ساده، ملموس، ارزشمند، دست‌یافتنی و دشوار است؟ آیا خواننده به تصمیم شخصیت احترام خواهد گذاشت؟ آیا خواننده قانع شده است که ورق بزند و ببیند شخصیت تصمیم خود را عملی می‌کند یا نه؟

در این قسمت یک صحنه‌ی واکنشی فرضی معیوب را درنظر می‌گیریم و سپس آن را مرحله به مرحله اصلاح می‌کنیم.

یک صحنه‌ی واکنشی فرضی: خارجی

رمان *خارجی* (که در ژانر عاشقانه و سفر در زمان نوشته شده است)، اثر دایانا گابالدون، الهام‌بخش مثالی بوده است که روی آن کار می‌کنیم. صحنه‌ای که انتخاب کرده‌ایم، در اواخر یک‌چهارم اول کتاب نوشته شده و پایان پرده‌ی اول داستان را رقم می‌زند. بنابراین بهتر است ابتدا مقدمه‌ی کوتاهی از طرح کلی این داستان ارائه دهیم.

اواخر سال ۱۹۴۵ است و جنگ جهانی دوم به پایان رسیده. بانوی قهرمان داستان، کلِیر رَندال، پرستاری انگلیسی است که پس از چند سال جنگ و دوری از همسرش، فرانک، دوباره با او خو می‌گیرد. هنگامی‌که کلِیر و فرانک به اسکاتلند سفر می‌کنند، کلِیر تصادفاً از یک دریچه‌ی زمان عبور می‌کند و خود را در اسکاتلندِ سال ۱۷۴۳ می‌یابد؛ آن هم در حالی‌که راهی برای بازگشت ندارد. خانواده‌ی مکنزی او را می‌پذیرد. اما مکنزی‌ها به این مشکوک‌اند که شاید کلِیر یک جاسوس انگلیسی باشد. پس از

یک ماه، یک سروان انگلیسیِ ساکن در آن منطقه، به نام "بلک‌جک" رَندال – از اجداد فرانک، همسر کـلِـــیر – او را بازجویی می‌کند و حرف‌های کـلِـیر را درباره‌ی دنیایی که به آن تعلق دارد باور نمی‌کند. ســروان رَندال بازجویی را با مشــت محکمی که به شکم کـلِـیر می‌زند به پایان می‌برد و دستور می‌دهد که دوستان اسکاتلندی‌اش او را تا ادامه‌ی بازجویی در روز دوشنبه‌ی آینده نزد خود نگه‌دارند. کـلِـــیر باید با این پس‌رفت – که شکست بزرگی محسوب می‌شود – کنار بیاید. این اولین مورد فاجعه‌های ساختار سه‌فاجعه‌ای کتاب است.

چطور باید ادامه‌ی ماجرا را پس از این فاجعه بنویســیم؟ پیش از آنکه نشــان‌تان دهیم گابالدون، ادامه‌ی ماجرا را چطور نوشــته اســت، صحنه‌ی واکنشــی بسیار ضعیفی را به‌عنوان دنباله‌ی صحنه‌ی قبل می‌نویسیم: کـلِـــیر با دوگال مکنزی – یکی از رؤسای خانواده‌ی مکنزی – گپ می‌زند. خواهرزاده‌ی دوگال، جِـــیمی فریزر، مردی ماجراجو و غول‌پیکر است که کـلِـــیر از او خوش‌اش می‌آید. آن‌ها به این نتیجه می‌رسند که از بخت‌برگشتگی کـلِـیر است که او باید روز دوشنبه خودش را به سروان معرفی کند. اما از آنجا که کاری از دست‌شـــان ساخته نیست، تصمیم می‌گیرند به کافه‌ای بروند و وقت خود را در آنجا سپری کنند.

در جستجوی تغییر (دوباره)

اشکال صحنه‌ی واکنشی قسمت پیش چیست؟ افتضاح است! هیچ چیز در پایان صحنه تغییر نکرده؛ کـلِـــیر در ابتدای صحنه در خطر مرگ قرار داشت و در انتهای آن هم با همین خطر مواجه بود.

دلیل اینکه تغییری رخ نمی‌دهد این است که کـلِـیر ظاهراً اهمیتی به موضوع نمی‌دهد. او بعد از مشتی که می‌خورد واکنشی نشان نمی‌دهد و نگران آینده‌اش هم نیست. از آنجا که کـلِـــیر خواهان تغییر نیست و پی آن را هم نمی‌گیرد، اتفاق به‌خصوصی نمی‌افتد. شـــاید افرادی را بشناسید که در شرایط مشابه دچار یأس می‌شوند و برای کنار آمدن با این یأس با دوســـتان خود به تفریح می‌پردازند. اما شخصیت داستانی باید سرسخت‌تر از این حرف‌ها باشـــد. در داستان، شـــخصیت‌ها باید روحیه‌ی جنگنده‌ای داشته باشند. صحنه‌ای که در بالا توصیف شد درست نیست.

شـــاید بگویید که امکان ندارد کســـی چنین صحنه‌ی مزخرفی بنویسد. باید بگوییم که خیلی هم امکان دارد! همیشـــه ممکن است نویسنده‌ها صحنه‌های ضعیف بنویسند. اما یادتان باشـــد که خلق یک صحنه‌ی ضعیف اغلب اولین گام در خلق صحنه‌ای بی‌نقص اســـت. برای عیب‌یابی چنین صحنه‌هایی باید ســـؤالات تشـــخیصی مناسبی را از خود بپرسید و از پاسخ آن‌ها برای رفع عیوب استفاده کنید. در قسمت بعد نشان می‌دهیم که

این کار چگونه انجام می‌شود.

ایجاد تناسب بین واکنش و شکست

کار خود را با پاسـخ دادن به سؤالات تشـخیصی‌ای که به کنکاش راجع‌به واکنش در صحنه‌های واکنشـی می‌پردازند آغاز می‌کنیم: آیا این صحنه با واکنشـی متناسـب با شکسـت صحنه‌ی پیشین آغاز می‌شود؟ آیا صحنه احساسی و دگرگون کننده است؟ آیا واکنش با توجه به حال روحی شـخصیت مُشرف و خلقیات او منطقی است؟ آیا واکنش بیش از حد طولانی یا بیش از حد کوتاه است؟

در صحنه‌ی فرضی ما ظاهراً پس از مشتی که رَندال به شکم کـلِـیر می‌زند، او درد یا حس خاص دیگری را تجربه نمی‌کند. این وضع منطقی نیست. ما باید به او وقت بدهیم تا درد بکشد؛ تا شوک حاصل از این اتفاق به وجودش رخنه کند و فرو بنشیند؛ تا جانش از شدت خشمی که نسبت به مرد مهاجم حس می‌کند آتش بگیرد و از شدت استیصال خودخوری کند. کـلِـیر باید زمان کافی برای رویارویی با احساساتش را داشته باشد.

البته اگر این فرایند احساسی بیش از حد کش بیاید کـلِـیر موجودی بی‌بنیه و زار به‌نظر خواهد رسید. اگر هم واکنش او بیش از حد کوتاه باشد، خاصیت انسانی کـلِـیر را از او می‌زداییم. بنابراین، مدت واکنش باید با اهمیت آن متناسـب باشـد. ما اجازه می‌دهیم که کـلِـیر راه خود را از میان درد پیدا کنـد و با آن کنار بیاید، تا برای مرحله‌ی بعدی صحنه آماده شود.

رویارویی با دو راهی

تصور کنید که واکنش مناسـبی به صحنه‌ی فرضی بالا افزوده‌ایم و آن را به این شکل درآورده‌ایم: نفس کـلِـیر در اثر دردی که در شـکمش احساس می‌کند به‌سختی بالا می‌آید. او حس می‌کند که حالش دارد به هم می‌خورد و ذهن‌اش از تصور اهریمنی که تا این حد به همسرش شبیه است کرخت می‌شود. کمی بعد کـلِـیر با دوگال مکنزی و خواهرزاده‌ی او، جِـیمی فریزر، گفت‌وگو می‌کند. آن‌ها معتقدند که از بخت بد کـلِـیر اسـت که او باید روز دوشنبه خودش را تحویل بدهد. اما از آنجا که کاری از دست‌شان ساخته نیست، تصمیم می‌گیرند با هم غذا بخورند و درد دل کنند.

این یکی، از اولین صحنه‌ی فرضی‌ای که نوشتیم بهتر از آب در آمده است، اما همچنان بسـیار غیرطبیعی می‌نماید. ساختار این صحنه همچنان معیوب است. اکنون کـلِـیر توانسته درد ناشی از ضربه‌ای که در صحنه‌ی قبل خورده را تحمل کند و با احساساتش دست و پنجه نرم کند. اما همچنان نگران آینده‌اش نیست.

بیایید درباره‌ی سری بعدیِ سؤالات تشخیصی فکر کنیم: آیا حد فاصل واکنش تا دو راهی را طوری طی می‌کنید که هیچ گزینه‌ی خوبی پیش پای شخصیت مُشرف قرار نگیرد؟ آیا دو راهی به اندازه‌ی کافی برای این صحنه دشوار است (نه خیلی آسان و نه خیلی سخت)؟ آیا راه‌حلی بدیهی برای این مشکل وجود دارد، اما شخصیت به‌قدری آشفته است که نمی‌تواند آن را ببیند؟ آیا توانسته‌اید شخصیت را به اندازه‌ی کافی تحت فشار بگذارید؟ آیا او زمان کافی را صرف تلاش برای حل مشکلش می‌کند؟

ما نیاز داریم که کلِیر از طریق بررسی دقیق گزینه‌های پیش رویش با مشکل خود روبه‌رو شود. همه‌ی گزینه‌های پیش روی کلِیر بد هستند. اما او باید زمانی را برای صحبت یا تفکر درباره‌ی آن‌ها صرف نکند و به این صورت به خواننده نشان دهد که در مخمصه‌ی بدی افتاده است.

اول از همه باید بگوییم که جک رَندال به کلِیر بدبین است. اگر کلِیر روز دوشنبه‌ی آینده خودش را به او معرفی کند، ممکن است رَندال هر بلایی سرش بیاورد؛ شلاقش بزند، او را مورد آزار و اذیت قرار دهد و یا حتی دارَش بزند. با توجه به شهرت بد رَندال، این اتفاقات نه‌تنها غیرممکن نیستند، بلکه کاملاً انتظار وقوعشان می‌رود. پس اینکه کلِیر با پای خودش نزد او برود ایده‌ی جالبی نیست. راه‌های دیگری که پیش روی او قرار دارند کدامند؟ آیا می‌تواند فرار کند؟ به‌هیچ‌وجه! سربازان انگلیسی جاده‌ها را تحت نظر دارند. به‌علاوه کلِیر حق ندارد مردان اسکاتلندی‌ای را که با آن‌ها همسفر است ترک کند، چرا که آن‌ها همچنان فکر می‌کنند او یک جاسوس انگلیسی است. همه به کلِیر مشکوک‌اند. تنها کسی‌که کلِیر واقعاً با او احساس راحتی می‌کند جِیمی است.

بالاخره دایی جِیمی، دوگال، فکر بکری می‌کند و راه‌حلی برای تمام مشکلات پیدا می‌کند. اگر کلِیر با جِیمی ازدواج کند، قانون انگلیس دیگر درباره‌ی او صدق نخواهد کرد. در این صورت، کلِیر اسکاتلندی محسوب می‌شود و تحت سلطه‌ی حاکم محلی قرار خواهد گرفت.

این ازدواج همچنین سبب می‌شود که جِیمی هرگز نتواند دایی‌اش را کنار بزند و حاکم شود. زیرا خانواده‌ی مکنزی به‌هیچ‌وجه حاکمی را که همسری انگلیسی‌الاصل دارد نخواهد پذیرفت. این نقشه مشکلات همه را حل می‌کند، اما برای کلِیر ایده‌ی بسیار بدی است. کلِیر از جِیمی خوش‌اش می‌آید. اما او زنی متأهل است و از آن دسته آدم‌هایی است که به پیمان ازدواج خود ارج می‌نهد. همسر کلِیر هنوز در سال ۱۹۴۵ حاضر است و او امیدوار است بتواند هرچه زودتر از طریق دریچه‌ی زمانی نزد او برگردد. امکان ندارد که کلِیر با جِیمی ازدواج کند.

تصمیم‌گیری

با توجه به اصلاحاتی که در قسمت‌های قبلی انجام شد، صحنه‌ی فرضی دارد منطق بهتری پیدا می‌کند. تا این لحظه واکنش تقویت شده و دو راهی سخت و پیچیده‌ای شکل گرفته است. اکنون می‌توان صحنه را به این صورت خلاصه کرد: کِلِیر در اثر درد شکمش، چند دقیقه برای تنفس تقلا می‌کند. حس می‌کند حالش دارد به هم می‌خورد و ذهن‌اش از تصور اهریمنی که تا این حد به همسرش شبیه است کرخت می‌شود. حالا او باید تصمیم بگیرد که دوشنبه‌ی آینده چکار خواهد کرد. او نمی‌تواند خودش را به سروان رَندال معرفی کند. رَندال ممکن است کِلِیر را بکشد. نمی‌تواند فرار کند – زیرا انگلیسی‌ها جاده‌ها را تحت نظر دارند – و در عین‌حال نمی‌خواهد پیشنهاد دوگال را بپذیرد و به عقد جِیمی درآید. کِلِیر زنی متأهل است و شوهرش را عاشقانه دوست دارد. او که نمی‌تواند تصمیم درستی بگیرد، آخر هفته را در نهایت پریشانی و سرگردانی سپری می‌کند.

حالا اشکال این صحنه چیست؟ مشکل ساختاری‌اش این است که کِلِیر نمی‌تواند بر سرگردانی خود غلبه کند و به همین دلیل دو راهی صحنه پایانی ندارد.

به سؤالات تشخیصی روبه‌رو دقت کنید: آیا شخصیت در پایان صحنه تصمیم خود را می‌گیرد؟ آیا تصمیم او ساده، ملموس، ارزشمند، دست‌یافتنی و دشوار است؟ آیا خواننده به تصمیم شخصیت احترام خواهد گذاشت؟ آیا خواننده قانع شده است که ورق بزند و ببیند شخصیت تصمیم خود را عملی می‌کند یا نه؟

کِلِیر باید تصمیم بگیرد و این یعنی اینکه او باید میان بد و بدتر، بد را انتخاب کند. گزینه‌ی بد در این میان، تصمیم به ازدواج با جِیمی است. این تصمیم با تمام معیارهای بالا جور درمی‌آید. ازدواج کردن هم ساده است و هم ملموس. آیا ارزش‌اش را دارد؟ بله، جِیمی مرد جذاب و خوبی است که کِلِیر هم از او خوش‌اش می‌آید. آیا دست‌یافتنی است؟ بله، چون جِیمی هم می‌خواهد با کِلِیر ازدواج کند و کشیش محلی هم در دسترس است. آیا دشوار است؟ بله، زیرا کِلِیر قبلاً ازدواج کرده است (آن هم با مردی که هنوز متولد نشده) و به همسرش تعهد دارد.

رسیدن به نتیجه‌ی نهایی

حالا ببینیم صحنه‌ی واکنشی اصلی در رمان *خارجی* چطور پیش می‌رود: پس از اینکه سَروان رَندال مشتی به شکم کِلِیر می‌زند، نویسنده چند بند را به احساس درد کِلِیر اختصاص می‌دهد. طی این بندها کِلِیر از شوکی که متحمل شده خارج می‌شود. دایی جِیمی، دوگال، در دفتر سروان رَندال با او در این باره بحث می‌کند و خشم خود را ابراز می‌کند. اما کِلِیر جزئیات حرف‌های آن‌ها را نمی‌شنود.

وقتی داد و فریاد دوگال بر سـر رَندال به پایان می‌رسد، او کـلِـیر را از قلعه‌ی نظامی بیرون می‌برد و تا چشمه‌ی سولفوری‌ای که چشمه‌ی دروغ لقب گرفته همراهی می‌کند. طبق افسـانه‌های بومی، اگر کسی که از آب این چشمه نوشیده دروغی بگوید، جگرش می‌سوزد. پس از اینکه کـلِـیر آب چشمه را می‌نوشد، دوگال از او سؤالاتی می‌پرسد و در ذهن خود اطمینان می‌یابد که او جاسوس انگلیسی نیست. دوگال هنوز هم نمی‌داند کـلِـیر کیست و از کجا آمده، اما خیالش از بابت او راحت شده و می‌داند که می‌تواند به او اجازه دهد به عقد جِـیمی درآید و عضوی از خاندان مکنزی شود.

سپس دوگال جریان شکنجه‌ی دردناک جِـیمی توسط سروان رَندال را مو به مو برای کـلِـیر بازگو می‌کند. رَندال چند سال پیش جِـیمی را – دو مرتبه طی یک هفته – طوری شلاق زده که نزدیک بوده او را بکشد. دوگال علناً به کـلِـیر می‌گوید که رَندال بی‌رحم‌تر از چیزی است که او تصور می‌کند و اینکه جِـیمی شجاعتی مثال‌زدنی دارد.

چرا دوگال این‌ها را به کـلِـیر گفت؟ او می‌خواهد به کـلِـیر بقبولاند که سروان رَندال مردی شیطان‌صفت و جِـیمی انسانی شریف است. دوگال سپس به کـلِـیر می‌گوید که او باید با جِـیمی ازدواج کند. طبعاً کـلِـیر مقاومت می‌کند و به‌شدت نسبت به این موضوع ابراز نارضایتی می‌کند. در عین‌حال تصور اینکه خودش را به رَندال معرفی کند لرزه بر اندامش می‌افکند. از سویی دیگر، جِـیمی مردی قوی، شجاع و خوش‌قلب است که با تمام وجودش از کـلِـیر محافظت خواهد کرد.

در این مقطع از داسـتان، خواننده ملتمسـانه می‌خواهد که کـلِـیر با پیشنهاد دوگال موافقـت کند. اما او به مقاومت ادامـه می‌دهد و در پی راهی برای فرار از این مخمصه اسـت. او هر طوری که می‌تواند استدلال می‌کند؛ اول برای دوگال و بعد برای خودش. سپس از جِـیمی می‌خواهد که با او حرف بزند. اما جِـیمی هیچ تردیدی در ازدواج با او ندارد. کم‌کم مقاومت کـلِـیر کاهش می‌یابد و در نهایت به این نتیجه می‌رسد که راه دیگری پیشِ رویش نیست. پس او با جِـیمی ازدواج خواهد کرد. این تصمیمی است که کـلِـیر را به بقیه‌ی داستان متعهد می‌کند.

حذف صحنه‌های لاعلاج

با پرسـیدن سؤالات مناسب و اسـتفاده‌ی بجا از جواب آن‌ها، می‌توانید یک صحنه‌ی سسـت‌بنیان را به صحنه‌ای بی‌نقص تبدیل کنید؛ درست همان‌طور که در قسمت‌های قبل نشـان داده شـد. اما بعضی از صحنه‌ها اصلاً اصلاح شدنی نیستند و هر چقدر هم تلاش کنید نمی‌توانید عیوب آن‌ها را برطرف کنید.



هـر صحنه باید وظیفـه‌ی خـود را در پیش بردن داسـتان انجام دهـد. صحنه‌ها

خرده‌داستان‌هایی هستند که باید به نوبه‌ی خود تجربه‌های حسی قوی‌ای را به خواننده اعطا کنند. تمام صحنه‌ها چنین وظیفه‌ای دارند و هیچ استثنائی هم وجود ندارد.

اگر صحنه‌ای در داستان‌تان هست که تا به حال نتوانسته‌اید عیب‌هایش را برطرف کنید، خودتـــان خوب می‌دانید که باید از خیر آن بگذرید: اما احتمالاً دلتان نمی‌آید. احســـاس می‌کنید این صحنه بچه‌ای است که شـــما برای خلق تک‌تک اجزایش درد کشیده‌اید. لابد می‌پرســـید آیا درست اســـت حالا که با خون دل و عرق جبین این صحنه را خلق کرده‌اید، چون کارش را درست انجام نمی‌دهد، آن را از بین ببرید؟

اگر با این فکرها دســـت به گریبان هستید، احتمالاً استعاره‌ای نادرست سد راهتان شده اســـت. صحنه‌ها بچه‌های شما نیستند. صحنه‌ها گزارشـــی ثبت شده از کشمکش‌های داســـتان شما هستند؛ چند گزارش و دیگر هیچ! آن‌ها جوهر سیاهی‌اند که بر کاغذ سپید نقش بسته؛ بیت‌هایی روی حافظه‌ی یک کامپیوتر؛ ماده‌ای بی‌جان.

البتـــه توصیه‌ی ما این نیســـت که صحنه‌هـــا را به‌کل پاک کنید. ایـــن صحنه‌ها تا ابد در حافظـــه‌ی کامپیوترتان باقـــی می‌مانند و اگر زمانی بخواهید ســـری به آن‌ها بزنید، کافی اســـت پیش‌نویس قبلی‌تان را بخوانید. وقتی صحنـــه‌ای را حذف می‌کنید، صرفاً تصمیـــم می‌گیرید آن را به پیش‌نویس بعدی خود راه ندهید. چنین صحنه‌ای مانند یک جســـم بی‌جان است؛ ایده‌ای شکســـت‌خورده که دارد جوهره‌ی وجودی داستان شما را می‌خشکاند. پس باید آن را پشتِ سر بگذارید.



اگر حذف یک صحنه شـــکاف کوچکی در داستان ایجاد می‌کند، بهتر است یادداشتی برای خودتان بگذارید تا هر تکه‌ای از آن را که لازم دارید، نجات دهید. اگر قرار بود این صحنـــه اطلاعات مهمی را به خواننده انتقال دهد، باید صحنه‌ای دیگر پیدا کنید (که از نظر ساختاری درست باشد) و اطلاعات را به آن صحنه منتقل کنید.

انرژی عاطفی خود را با ســـوگواری برای صحنه‌های غیرقابل اصلاح تباه نکنید. شـــما به این انرژی نیاز دارید تا روح احساســـی تازه‌ای را در صحنه‌هایی که از نظر ساختاری درست هستند بدمید.

فصل ۱۵

ویرایش صحنه‌ها با توجه به محتوا

در این فصل

- تصمیم‌گیری درباره‌ی نشان دادن یا تعریف کردن
- ویرایش کلیپ‌ها
- پیگیری اشارات خاص در فلش‌بک‌ها
- ویرایش تعریف‌ها

در این فصل به مهم‌ترین فعالیت ویرایشـــی‌ای که در خلق یک تجربه‌ی حســـی قوی برای خواننده تأثیری مستقیم دارد می‌پردازیم: ویرایش صحنه‌ها به منظور بهبود کیفیت *نمایشـــی* و *تعریفی* آن‌ها (در فصل ۱۰ به تفصیل درباره‌ی نشان دادن و تعریف کردن صحبت کردیم).

ویراســـتاران اغلب به نویسنده‌ها می‌گویند "نشـــان بده، اما تعریف نکن". این نصیحت به‌طور خاص به درد تازه‌کارها می‌خورد، زیرا آن‌ها معمولاً بیش از حد به تعریف داستان می‌پردازند و زمان کمی را صرف نشـــان دادن وقایع می‌کنند. از ســـوی دیگر، مشکل نویسنده‌های نیمه‌حرفه‌ای هم این است که داستان را بیش از حد به تصویر می‌کشند و زمان کمی را صرف تعریف کردن وقایع می‌کنند. نویسنده باید بین این دو حالت تعادل کافی ایجاد کند؛ او باید قسمت‌هایی از داستان را که حامل بار احساسی زیادی است به نمایش درآورد و قسمت‌هایی را که در تنگنای زمانی، اطلاعات مهمی را انتقال می‌دهد تعریف کند.



راز نشـــان دادن داســـتان از این قرار است: هر صحنه را در قالب توالی‌ای از چند کلیپ بنویسید؛ کلیپ کوچک‌ترین واحد کشمکش در داستان است. کلیپ از کنش، گفت‌وگو، احساسات درونی، تک‌گویی‌های درونی و توصیف‌های حسی تشکیل می‌شود (فصل ۱۰ درآمدی بر کلیپ و انواع آن اســـت). اگر ویراســـتاران به شما بگویند که عنصر نمایش در داســـتان اندک اســـت، باید به خود یاد بدهید که داستان را در قالب کلیپ بنویسید و کلیپ‌ها را، به روشی که در این فصل نشان می‌دهیم، ویرایش کنید.

هیچ روش محرمانه‌ای برای تعریف داستـــان وجود ندارد. شما راه‌های گوناگونی برای تعریف کردن پیش رو دارید: چکیده‌ی روایی، شرح و توصیف خارجی هر سه گزینه‌های خوبی به‌شـــمار می‌آیند. هر ســه‌ی این‌ها ابزارهای مؤثری‌اند که نویسنده‌ی توانمند در اختیار دارد. اما وضع قوانینی برای اســتفاده‌ی بهینه از آن‌ها بســیار دشوار است. با این حال تلاش می‌کنیم شــما را در زمینه‌ی تعریف داستان و نحوه‌ی ویرایش قسمت‌های تعریفی آن راهنمایی کنیم.

تصمیم‌گیری برای نشان دادن یا تعریف کردن



نشـــان دادن می‌تواند بار احساســـی زیادی را منتقل کند، اما از نظر محتوای اطلاعاتی محدود اســـت. تعریف کردن به‌ندرت بار احساسی به همراه دارد، اما می‌تواند اطلاعات را به‌شـــکلی کارآمد منتقل کند. شما باید هر یک از این دو را که برایتان مناسب‌تر است به‌کار ببرید.

صحنه را جمله به جمله ویرایش کنید و حین این کار سؤالات زیر را در ذهن خود مرور کنید:

- ✓ آیا جمله چیزی را نشان می‌دهد یا تعریف می‌کند؟
- ✓ این جمله تا چه حد باید بار احساســـی داشته باشـــد؟ بار احساسی‌ای که در حال حاضر انتقال می‌دهد چقدر است؟
- ✓ آیا این جمله در پیش بردن داستان مؤثر است؟
- ✓ چقدر اطلاعات باید در این جمله انتقال پیدا کند؟ اطلاعاتی که در حال حاضر در آن گنجانده شده چقدر است؟

در این قســـمت کمک‌تان می‌کنیم پاسخ ســـؤالات بالا را پیدا کنید و درباره‌ی بهترین شیوه‌ی ارائه‌ی داستان‌تان تصمیم بگیرید. سپس با یک مثال یادتان می‌دهیم که چطور می‌توانید رهنمودهای ما را در زمینه‌ی نشان دادن و تعریف کردن داستان به‌کار بندید.



همیشه قرار نیست تصمیم بگیرید که می‌خواهید رویدادی را نشان دهید یا آن را تعریف کنید. گاهی تعریف کردن به خودی خود منطقی‌تر از نشـــان دادن است. اما هر یک از این دو شـــیوه را که انتخاب کنید، باید بتوانید دلیلی برای انتخاب خود ارائه دهید. وقتی تک‌تـــک جمله‌ها و بندهای یک صحنه را ویرایـــش می‌کنید، روش‌های انتخابی‌تان را بسنجید و اگر لازم شد آن‌ها را تغییر دهید.

تشـــخیص مناسب‌ترین زمان برای اســـتفاده از کلیپ، فلش‌بک یا شیوه‌های تعریفی

در این قسمت راهکارهایی عملی ارائه می‌کنیم تا با استفاده از آن‌ها بتوانید میان کلیپ و فلش‌بک گزینه‌ی مناسب‌تر را انتخاب کنید و تصمیم بگیرید که رویدادها را با استفاده از چکیده‌ی روایی تعریف کنید یا به کمک دیگر ابزارهای مشابه آن.

زمان استفاده از کلیپ



زمانی که تمام موارد زیر در داســـتان‌تان صدق می‌کنند (که در اکثر مواقع چنین است)، از کلیپ استفاده کنید:

- ✓ اتفاقات در همین لحظه در حال وقوع‌اند.
- ✓ یک امر مهم احساسی، در همین لحظه، در صحنه رخ می‌دهد. اگر صحنه کنشی باشد، شخصیت اصلی در حال تعیین هدف، درگیر کشمکش یا در حال تجربه‌ی شکســـت است. اگر صحنه واکنشی باشد، شـــخصیت اصلی در حال نشان دادن واکنش احساسی است، ســـر دو راهی قرار گرفته یا در حال تصمیم‌گیری است. (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی انواع صحنه‌ها فصل‌های ۹ و ۱۴ را بخوانید)

زمان استفاده از فلش‌بک



فلش‌بک را زمانی به‌کار ببرید که عبارات زیر در داستان صادق باشند:

- ✓ امر احساسی مهمی در پیشینه‌ی داستانی شخصیت اصلی اتفاق افتاده و خواننده باید همین حالا از آن آگاه شود.
- ✓ رویدادهـــا را نمی‌توان (در زمان حال) در قالب کلیپ، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی و یا ترکیبی از این‌ها نشان داد.
- ✓ اضافه کردن فلش‌بک تنش موجود در زمان حالِ داستان را از بین نمی‌برد.

یادتان باشـــد که فلش‌بـــک ظرفی برای مجموعه‌ای از کلیپ‌هایی اســـت که در زمان گذشته اتفاق افتاده‌اند. فلش‌بک باید علامت انتقال زمانی را در ابتدا و انتهای خود داشته باشد تا خواننده را در زمان به عقب ببرد و سپس او را دوباره به زمان حال بازگرداند.



زمانی برای تعریف

اگر موارد زیر در داستان شما صدق می‌کنند، بهتر است آن را – با استفاده از چکیده‌ی روایی، شرح یا توصیف خارجی – تعریف کنید:

- ✓ باید اطلاعاتی را انتقال دهید که داستان را پیش نمی‌برند، اما دانستن‌شان برای خواننده ضرورت دارد. این اطلاعات ممکن است درباره‌ی دنیای داستانی، پیشینه‌ی شخصیت‌ها یا وقایع ساده‌ای باشد که در داستان اهمیت دارند. (اگر اطلاعات ضروری نیست، کلاً آن را حذف کنید؛ قسمت "زمانی برای حذف بخش‌های تعریفی" جزئیات بیشتری را در این باره ارائه خواهد داد.)
- ✓ باید انتقال از زمانی به زمان دیگر، یا از مکانی به مکان دیگر را نشان دهید.
- ✓ می‌خواهید زمان را فشرده کنید، قضاوتی ارزشی ارائه دهید یا کنش‌هایی را که جزئیات‌شان برای پیشبرد داستان مهم نیست، به‌سرعت بیان کنید.
- ✓ اطلاعاتی که ارائه می‌دهید، بار احساسی اندکی دارد.
- ✓ نشان دادن اطلاعات با استفاده از کلیپ، زمان زیادی می‌برد یا بیش از حد خسته کننده و ملال‌آور خواهد بود.

بررسی مثالی درباره‌ی تصمیم‌گیری

حالا می‌خواهیم نکته‌هایی را که در زمینه‌ی نشان دادن و تعریف کردن برایتان توضیح دادیم، در یک مثال به‌کار بندیم. یک بند نوشته‌ای که می‌خواهیم ویرایش کنیم چنین است:

> شما در اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتاب خود هستید. کمی اضطراب دارید، زیرا نخستین بار است که می‌خواهید برای جمعی از آدم‌های غریبه صحبت کنید. برای اینکه ذهن خود را از ترس‌هایتان منحرف کنید، به اولین چیزی که باعث شد به فکر نوشتن این کتاب بیفتید فکر می‌کنید. بعد از حملات ۱۱ سپتامبر، شب‌ها کابوس می‌دیدید. به مرور زمان به این فکر افتادید که اگر این کابوس‌ها را پیش از وقوع این تراژدی دیده بودید، چه می‌شد. آیا می‌توانستید از آن پیشگیری کنید؟ دوست دارید فکر کنید که می‌توانستید مانع وقوع آن شوید. این همان چیزی است که ایده‌ی رمان شما را در ذهن‌تان شکل داد.

بند بالا کاملاً جنبه‌ی تعریفی دارد و بسیار هم کسل کننده است. بخشی از آن همین حالا اتفاق می‌افتد و بخشی از آن پیشینه‌ی داستانی است. آیا این بند بار احساسی‌ای دارد؟ نه چندان. آیا لازم است بار احساسی داشته باشد؟ بله، زیرا هدف از نوشتن این بند، آغاز صحنه‌ای کنشی و پر از تنش است که در ادامه‌ی این فصل آن را خواهیم نوشت.

اولیـــن کاری که باید بکنیم اضافه کردن کمی احســـاس اســـت. بدیهی‌ترین گزینه‌ی احساسی موجود، اضطرابی است که شخصیت اصلی حس می‌کند. ما باید این اضطراب را به‌شـــکلی دراماتیک نشان دهیم. بهترین راه برای انجام این کار استفاده از احساسات درونی و اندکی تک‌گویی درونی است.

هدف دیگرمان نشـــان دادن اندکی پیشینه‌ی داستانی است، زیرا این عنصر در ادامه‌ی صحنه‌ای که داریم می‌نویسیم ضرورت دارد. آیا می‌توانیم از فلش‌بک استفاده کنیم؟ نه. فلش‌بک برای آغاز صحنه ایده‌ی خوبی نیســـت. آیا می‌توانیم از گفت‌وگو یا تک‌گویی درونی اســـتفاده کنیم؟ بله. کدام را باید به‌کار ببریم؟ گفت‌وگو. گفت‌وگو اغلب انتخاب بهتری است، البته تا زمانی‌که دو شخصیتی که هر دو از موضوعی خبر دارند، آن را برای هم بازگو نکنند و نیز در صورتی‌که در پیش بردن داستان تأثیرگذار باشد. در این مثال، شـــخصیت اصلی می‌خواهد برای جمعی از افرادی که علاقه‌ی زیادی به پیشـــینه‌اش دارند صحبت کند. این دلیل خوبی برای استفاده از پیشینه‌ی داستانی است. به‌علاوه ما می‌توانیم کاری کنیم که پیشینه‌ی داستانی مستقیماً به کشمکش ختم شود.

حالا می‌خواهیم مثال خود را در قالب سه بند جدید بازنویسی کنیم. می‌توانستیم از بین چند ســـبک نوشـــتاری یکی را انتخاب کنیم. ما سبکی را انتخاب کردیم که برای رمان اکشن مناسب است. زیرا این انتخاب کمک‌مان می‌کند منظور اصلی‌مان را به‌وضوح به تصویر بکشیم:

> شما در اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتاب‌تان حضور دارید. دستان‌تان خیس عرق است. صدای مدیر روابط عمومی را که در حال معرفی شماست، به زحمت می‌شنوید. قلب‌تان به‌تندی در سینه می‌کوبد و گوش‌هایتان زنگ می‌زنند. صدای تشـــویق جمعیت حباب ترســـی که شـــما را احاطه کرده می‌ترکاند. وقت شروع نمایش اســـت؛ چه آماده باشید، چه نباشید. بلند می‌شوید و تلوتلوخوران به‌سمت جایگاه می‌روید.
>
> آخرین جرعه‌ی آب ســـرد را سر می‌کشـــید، نفسی عمیق می‌کشید و به جمعیت لبخند می‌زنید. "تا ســـال‌ها پس از وقایع ۱۱ ســـپتامبر، دربـــاره‌ی آن‌ها کابوس می‌دیدم. تا اینکه روزی از خودم پرســـیدم که اگر ایـــن کابوس‌ها را قبل از ۱۱ سپتامبر دیده بودم چه می‌شد. اگر شک کرده بودم که قرار است اتفاقی بیفتد اما هیچ کاری نمی‌کردم چه؟ اگر مجبور بودم با احســـاس گناه ناشی از بی‌اعتنایی‌ام زندگـــی کنم چه؟ اگر کابوس‌هایی دربـــاره‌ی فاجعه‌ی جدیدی می‌دیدم چه؟ آن وقت چه می‌کردم؟"
>
> "حرف اضافه نزن!" این را صدایی از پشت جمعیت حاضر می‌گوید.

حـــالا بیایید اصلاحاتی را که در مثـــال خود انجام دادیم در نظـــر بگیریم. ما یک بند نوشـــته‌ی اولیه را در قالب سه بند بازنویسی کردیم. معمولاً زمانی‌که به‌جای تعریف به نشـــان دادن وقایع می‌پردازید، زیاد شدن متن طبیعی است. زیرا نشان دادن به اندازه‌ی تعریف کردن موجز نیست. متن بالا را می‌توانیم به شکل زیر تجزیه کنیم:

✓ **بند اول**

• جمله‌ی اول را کوتاه کردیم، زیرا این جمله بیشـــتر از اینکه چیزی را نشـــان دهد، به تعریف می‌پردازد. اصلاً چرا باید در اینجا تعریفی داشـــته باشیم؟ چرا از جمله‌ای واضح و تصویری اســـتفاده نکردیم؟ می‌توانستیم از یک توصیف حسی و هیجان‌انگیز اســـتفاده کنیم، اما تصمیم گرفتیم مقدمه‌چینی را به‌سرعت تمام کنیم و به سراغ قسمت احساسی برویم.

• جملات دوم و سوم، ســـه نمود احساسات درونی را به خواننده نشان می‌دهند (واکنش‌های فیزیولوژیکی که نشـــان دهنده‌ی احساســـات شـــخصیت مُشرف هســـتند). ما در اینجا به‌دنبال ظرافت کلام نیســـتیم. ما دستانی خیس از عرق، قلبی که در سینه می‌کوبد و گوش‌هایی را نشان می‌دهیم که زنگ می‌زنند.

• جمله‌ی بعدی نشـــان‌دهنده‌ی تشویق حضار است و حکایت از ترس دارد. این جمله چندان تأثیرگذار نیســـت. ما از بار احساسی صحنه در اینجا کاسته‌ایم، زیرا بار احساسی باید به‌شکلی متنوع در صحنه توزیع و ارائه شود.

• جمله‌ی بعدی یک تک‌گویی درونی غیرمستقیم است؛ کلیشه‌ای که به شروع نمایش اشاره دارد. چنین کلیشه‌ای برای این قسمت از صحنه مناسب است، زیرا نحوه‌ی تفکر شخصیت مُشرف را برمی‌تابد.

• جمله‌ی آخر حاوی کنش اســـت: شخصیت سرِ پا می‌ایستد و تلوتلو می‌خورد. باز هم باید بگوییم که ما در اینجا به‌دنبال ظرافت کلام نیســـتیم. تلوتلو خوردن فعلی است که بار احساسی زیادی دارد.

در پایان بند اول شـــخصیت مُشـــرف هدف واضحی برای این صحنه پیدا کرده است: فائق آمدن بر اضطراب اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتابش.

✓ **بند دوم**

• این بند با سه کنش آغاز می‌شود که نشان می‌دهند شخصیت مُشرف می‌خواهد بـــر اضطراب خود فائق آید: سرکشـــیدن آب، تنفس عمیق و لبخند زدن. نیازی نداریم به خواننده بگوییم که شـــخصیت مُشرف دارد با اضطراب مبارزه می‌کند. رفتار او این موضوع را به‌وضوح نشان می‌دهد.

• ادامه‌ی بند دوم فقط گفت‌وگوهایی است که بر زبان شخصیت مُشرف جاری

می‌شـــود. این گفت‌وگوها پیشینه‌ی داستانی شخصیت را نشان می‌دهد. حضور پیشینه‌ی داستانی در این قسمت بلامانع است، زیرا مخاطبان حاضر در کتاب‌فروشی این اطلاعات را نمی‌دانند و در عین‌حال علاقه‌ی زیادی به دانستن آن‌ها دارند.

دو بند اول یک *کلیپ* شخصی طولانی‌اند (در فصل ۱۰ درباره‌ی این اصطلاح توضیحات کامل داده شده است). کلیپ شخصی روی شخصیت مُشرف تمرکز دارد.

✓ **بند سه**

• بند آخر، یک *کلیپ* عمومی اســـت که تمرکز را روی یکی از شـــخصیت‌های غیرمُشرف منتقل می‌کند.

• گفت‌وگوی کوتاهی که شنیده می‌شود بر میزان کشمکش این صحنه می‌افزاید. حالا شخصیت مُشرف نه تنها باید بر اضطراب خود فائق آید، بلکه باید با یک رقیب ناشناس نیز سر و کله بزند. بار احساسی این صحنه در اینجا افزایش یافته است.

نمایشی خوب: ویرایش کلیپ‌ها

اگر متوجه شـــده‌اید که بخش خاصی از صحنه باید به‌جای تعریف داستان آن را نشان دهد، آن‌وقت برای نوشـــتن آن قســـمت حتماً باید از کلیپ استفاده کنید. شما کلیپ‌ها را با اســـتفاده از پنج ابزار نمایشـــی پایه می‌نویسید: کنش، گفت‌وگو، احساسات درونی، تک‌گویی درونی و توصیف حســـی (در فصل ۱۰ درباره‌ی نحوه‌ی ترکیب این ابزارهای پایه و شکل دادن کلیپ‌های عمومی و شخصی به تفصیل صحبت کردیم).

اگر قسمتی از داستان را با استفاده از کلیپ نوشته باشید هم باید به ویرایش آن بپردازید. به رایج‌ترین مشکلاتی که ما در کلیپ‌ها به آن‌ها برمی‌خوریم، دقت کنید:

✓ **بندها روی یک شخصیت واحد تمرکز ندارند.** از آنجا که هر بند باید تا جایی که می‌شود یکپارچه باشد، این موضوع یک ایراد به حساب می‌آید.

✓ **صحنه بیش از یک شـــخصیت مُشـــرف دارد.** این یک ایراد است، مگر اینکه خودتان تصمیم گرفته باشید صحنه را از زاویه‌ی دید دانای کل یا جهنده بنویسید.

✓ **خواننده چیزهایی می‌بیند که شـــخصیت مُشرف نمی‌بیند.** اگر خودتان تصمیم نگرفته باشـــید که زاویه‌ی دید سوم‌شـــخص بی‌طرف یا دانای کل بنویسید، این حالت یک ایراد محسوب می‌شود.

✓ **خوانـــنده علت را پس از معلول می‌بیند.** چنیـــن چیزی ذهن خواننده را منحرف می‌کند. زیرا در دنیای واقعی علت‌ها پیش از معلول خود اتفاق می‌افتند.

✓ **مقیاس‌های زمانی به هم ریخته‌اند تا فرایندهای کُند بتوانند پیش از فرایندهای تند به پایان برسند.** این مورد نیز می‌تواند ذهن خواننده را از موضوع اصلی پرت‌کند.

در این قســـمت نکاتی برای اصلاح موارد بالا ذکـــر و برای هر راه‌حل نیز مثالی عنوان می‌کنیم.

احتمالاً نکاتی را که برایِ ویرایش کلیپ‌ها گفته‌ایم به فراخور حالتان تغییر خواهید داد و گاهی هم آن‌ها را کاملاً زیر پا خواهید گذاشت (اگر این کار از نظرتان منطقی باشد). اما پیشنهاد می‌کنیم هر چیزی را که می‌نویسید با توجه به این نکته‌ها بسنجید و ببینید آیا می‌توانند به بهبود نوشتارتان کمک کنند یا خیر. اگر این‌طور بود، آن‌ها را به‌کار ببندید و شاهد پیشرفت کارتان باشید. در غیر این صورت آن‌ها را نادیده بگیرید و مطمئن باشید چیزی را از دست نداده‌اید.

توصیه‌هایی برای ویرایش کلیپ‌ها

پیشـــنهاد می‌کنیم هنگام نوشتن کلیپ‌ها، برای دادن سرنخ‌های داستانی به خواننده‌ها، از الگوی خاصی پیروی کنید. اکنون نشـــان‌تان می‌دهیم که چطور باید چنین الگویی را هنگام ویرایش صحنه‌ها ارزیابی کنید:

۱.هر کلیپ را به‌عنوان کلیپی شخصی یا عمومی شناسایی کنید و بین دو نوع کلیپ یک بند وقفه بیندازید.

یک *کلیپ شخصی* روی شـــخصیت مُشرف تمرکز می‌کند. *کلیپ* عمومی روی شخصیت‌های غیرمُشرف تمرکز دارد. اگر امکانش هست، چکیده‌ی روایی را (از داخل کلیپ‌ها) حذف کنید.

۲.اطمینان حاصل کنید که در هر کلیپ از ابزار مناسبی استفاده کرده‌اید.

هر کلیپ شـــخصی می‌تواند از کنش، گفت‌وگو، تک‌گویی درونی، یا احساسات درونی اســـتفاده کند. اما معمولاً نباید در آن از توصیف استفاده کرد، زیرا توصیف اغلب چیزهایی را نشان می‌دهد که خارج از ذهن شخصیت مُشرف رخ می‌دهد.

هر کلیپ عمومی می‌تواند از کنش، گفت‌وگو یا توصیف بهره ببرد. اما استفاده از تک‌گویی درونی و احساســـات درونی در آن مجاز نیست. زیرا خواننده نباید بداند شخصیت‌های غیرمُشرف به چه فکر می‌کنند و چه احساسی دارند.

۳.اطمینان حاصل کنید که زمان‌بندی کلیپ‌ها درســـت است. دو واقعه در یک کلیپ به شکل زیر زمان‌بندی می‌شوند:

- **اگر تقریباً همزمان اتفاق بیفتند:** آن‌ها را به‌ترتیبی نشان می‌دهیم

که آغاز شده‌اند.

- **اگر همزمان آغاز شــده باشــند:** آن‌ها را به‌ترتیب سرعت نشان می‌دهیم (اول سریع‌ترین).
- **اگر همزمان آغاز می‌شوند و به یک اندازه زمان می‌برند:** آن‌ها را به هـــر ترتیـــبی که دوست داریم نشان می‌دهیم.

در این قسمت به مثال‌هایی از کلیپ‌های معیوب می‌پردازیم و نشان می‌دهیم که چطور می‌توانید آن‌ها را با استفاده از الگویی که توضیح داده شد تصحیح کنید.

اصلاح کلیپ‌های ترکیبی

مثال زیر را درنظر بگیرید. این بند صحنه‌ای را که پیش‌تر در قســمت "بررســی مثالی درباره‌ی تصمیم‌گیری" نوشتیم ادامه می‌دهد:

مرد درشت‌اندامی که لباس چرم سیاهی پوشیده از محل اختفای خود در قسمت کتاب‌های آشپزی بیرون می‌آید. جای زخمی روی گونه‌ی چپش وجود دارد، خط ریش‌هایش خاکستری و ژولیده‌اند و یک اره‌ی برقی در دست گرفته است. اره را روشـــن می‌کند و موتور آن را، ضمن اینکه به‌سمت شما می‌آید، به راه می‌اندازد. "رفیـــق تو ایده‌ی مـــرا دزدیدی! دیگه بهت اجازه نمـــی‌دم دزدی کنی!" همین طور که مرد ســـیاه‌پوش به‌سمت شـــما می‌آید قلب‌تان دارد از جا کنده می‌شود. می‌پرســـید: "اسمت چیه؟" دو جلد از کتاب‌تان را برمی‌دارید و فکر می‌کنید آن‌ها ســـپر بلایتان خواهند شـــد. مرد می‌گوید: "تروک‌مورتون" و ادامه می‌دهد "ولی دوستام هـَــک صدام می‌زنن." تروک‌مورتون؟ کدام پدر و مادری اسم بچه‌اش را تروک‌مورتـــون می‌گذارد؟ "رفیق مطمئنم کـــه می‌تونیم در این مورد صحبت کنیم" تروک‌مورتون بی‌حرکت می‌ایســـتد و اره‌برقی را مستقیم رو به‌صورت شما می‌گیرد. "آقای استیل از طرف من صحبت می‌کنه."

آخ آخ! این بند از هفت کلیپ تشکیل شده است که سه‌تایشان عمومی و چهارتای دیگر شخصی هستند.



ما آن‌قدرها هم نسبت به ترکیب کردن کلیپ‌های شخصی و عمومی در یک بند سخت نمی‌گیریم. گاهی این کار کاملاً منطقی اســـت، اما سعی می‌کنیم تا جایی‌که می‌توانیم دو شـــخصیت مختلف را در یک بند نگنجانیم. دلیل این کارمان هم همیشـــه یک چیز بوده است: آغاز کردن یک بند جدید برای هر کلیپ کمک می‌کند خواننده تکلیف همه چیز را بداند.

در مثـــال بالا این امـــر خصوصاً در جمله‌ی "رفیق مطمئنم کــه می‌تونیم در این مورد صحبت کنیم" قابل مشاهده است. پس از اینکه جمله را به‌طور کامل می‌خوانید، با توجه به متن درمی‌یابید که گوینده‌ی این جمله شـــخصیت مُشـــرف است، نه تروک‌مورتون. اما در آغاز جمله امکان نداشـــت این موضـــوع را بفهمید. به همین علت، وقتی خواندن جمله را شروع می‌کنید، در پسِ ذهن‌تان این سؤال طنین‌انداز می‌شود که "پس گوینده کیست؟" ذات پیچیده‌ی این بند باعث می‌شود کارتان سخت‌تر از آنچه باید باشد، بشود و در نتیجه ذهن‌تان از داســـتان منحرف می‌شود. هیچ نویسنده‌ای نباید چنین بلایی سر خواننده بیاورد.

حالا می‌خواهیم کلیپ‌های نوشـــته‌ی بالا را در قالب بندهای مجزا بنویســـیم. این کار خواندن را کمی آسان‌تر می‌کند و فضای سفیدی روی کاغذ ایجاد می‌کند. چنین فضایی باعث می‌شـــود دیدگان خواننده سریع‌تر داستان را دنبال کنند و او این وهم را باور کند که همه چیز به‌سرعت اتفاق می‌افتد.

مرد درشت‌اندامی که لباس چرم سیاهی پوشیده از محل اختفای خود در قسمت کتاب‌های آشپزی بیرون می‌آید. جای زخمی روی گونه‌ی چپش وجود دارد، خط ریش‌هایش خاکستری و ژولیده‌اند و یک اره‌ی برقی در دست گرفته است. اره را روشـــن می‌کند و موتور آن را، ضمن اینکه به‌سمت شما می‌آید، به راه می‌اندازد. "رفیق تو ایده‌ی مرا دزدیدی! دیگه بهت اجازه نمی‌دم دزدی کنی!"

"اسمت چیه؟" قلب‌تان دارد چون پتکی در سینه می‌کوبد.

مرد سیاه‌پوش همین طور به‌سمت شما می‌آید.

دو جلد از کتاب‌تان را برمی‌دارید و فکر می‌کنید آن‌ها سپر بلایتان خواهند شد.

"تروک‌مورتون" و ادامه می‌دهد "ولی دوستام هـَک صدام می‌زنن."

تروک‌مورتون؟ کدام پدر و مادری اسم بچه‌اش را تروک‌مـــــورتون مـــی‌گـذارد؟ "رفیـــق مطمئـنم کـــه می‌تونـــیم در ایـن مورد صحبت کنیم"

تروک‌مورتون بی‌حرکت می‌ایـــــستد و اره‌برقـــی را مستـقیـم رو به‌صورت شما می‌گیــرد. "آقـــای استیـل از طرف من صحبت می‌کنه."

خوانـــدن این متن راحت‌تر اســـت. واژه‌های معدودی را تغییر داده‌ایـــم، اما با این حال وضوح نوشـــته افزایش چشمگیری داشته است. هر گونه پیشرفتی در نتیجه‌ی کار مؤثر است. ممکن است بگویید که این تغییر پیشِ پا افتاده‌ای است. بله، پیش پا افتاده است، اما ارزش وقت‌تان را دارد، زیرا با زحمتی اندک به پیشـــرفت بزرگی دست پیدا می‌کنید. توصیه می‌کنیم پیش از انجام هر کاری، تمام کلیپ‌ها را در بندهایی که بین آن‌ها فاصله انداخته‌اید بگنجانید.

تصحیح جهش‌های ناخواسته

ممکن اســت بخواهید در یک صحنه‌ی خاص از چند شــخصیت مُشرف استفاده کنید. اگر زاویه‌ی دید انتخابی شــما دانای کل یا جهنده باشد، آنگاه تصمیم آگاهانه‌ای مبنی بر تعدد شــخصیت‌های مُشرف گرفته‌اید. شما اختیار حرفه‌ای چنین کاری را دارید و در گرفتن این تصمیم آزاد هستید. (برای نکاتی درباره‌ی انتخاب زاویه‌ی دید فصل‌های ۷ و ۱۲ را مطالعه کنید.)

اگر تصمیم گرفته باشــید در صحنه‌ای که می‌نویســید از یک شخصیت مُشرف واحد اســتفاده کنید، اما ناگهان وارد ذهن شخصیت دیگری بشــوید، توی دردسر می‌افتید. جهش بین شخصیت‌ها سبب می‌شود در پیام‌های حسی‌ای که برای خواننده می‌فرستید اشتباه پیش بیاید. بنابراین باید پیام‌های حسی‌ای را که به محدوده‌ی شخصیت مُشرف تعلق ندارند تصحیح کنید.

در نوشته‌ی زیر وقایع با جهش به ذهن افراد مختلف روایت می‌شود؛ آن را بخوانید:

> حضــار جیغ و داد زنان از تروک‌مورتون فاصله می‌گیرند. یکی از خانم‌ها، که یاد همســرش افتاده، غش می‌کند و مثل جنازه‌ای نقش بر زمین می‌شود. دو نفر از آقایــان او را بلند می‌کنند و به نقطه‌ی امنی می‌برند. مردی که قد بلندتری دارد فکر می‌کند که می‌تواند از پشــت، روی تروک‌مورتون بجهد و او را مهار کند. اما او حالا فاصله‌ی خوبی از تروک‌مورتون گرفته اســت و جرئت ندارد امنیت خود را به خطر بیندازد.
>
> تروک‌مورتون با نیشخندی شیطانی شما را نگاه می‌کند. یادش می‌آید که پدرش چطور وقتی او یک پســربچه بود شــکنجه‌اش می‌داد. یادش می‌آید که مادرش چطور دست‌هایش را مشت می‌کرد و جیغ می‌زد و واسطه‌ی بین آن دو نمی‌شد. او به این فکر می‌کند که شــما چقدر شبیه معلم ادبیات کلاس هفتمش هستید؛ کسی که شــعرهای تروک‌مورتون را درباره‌ی شــلاق خوردن‌هایش می‌خواند و کاری نمی‌کرد.
>
> از چشــم‌های تروک‌مورتون می‌خوانید که به شما حمله خواهد کرد. کتابی را که در دســت چپ‌تان است محکم روی میز سخنرانی می‌کوبید و به چشم می‌بینید که حواس او توســط این حرکت‌تان پرت می‌شــود. سپس کتابی را که در دست راست‌تان است مستقیم به‌سمت صورت او پرت می‌کنید.

مشــکل این نوشته این اســت که خواننده پیام‌های حسی گنگی از آن دریافت می‌کند. خواننــده ابتدا وارد ذهن زنی می‌شــود که غش می‌کند. ســپس او در قالب مردی فرو می‌رود که با نجات زن، اندکی شــجاعت به خرج می‌دهد، اما جرئت کافی برای حمله

به تروک‌مورتون را ندارد. سپس خواننده یک بند کامل را از زاویه‌ی دید تروک‌مورتون می‌خواند و به خاطر کودکی دردناکی که داشته با او هم‌حسی می‌کند. خواننده در نهایت به ذهن شخصیت مُشرف اصلی بازمی‌گردد و باید با تروک‌مورتون درگیر شود.



خواننده می‌خواهد بداند که باید هوادار چه کسی باشد. وقتی به او اجازه می‌دهید به‌صورت تصادفی از ذهنی به ذهن دیگر بجهد، هوادار همه می‌شود؛ و این یعنی او هوادار هیچ‌کس نیست. سنگ بزرگ نشانه‌ی نزدن است!

اصلاً می‌شود به‌شکلی کارآمد از ذهنی به ذهن دیگر جهید؟ البته که می‌شود. مارگارت میچل در *بر باد رفته* همین کار را می‌کند. ماریو پوزو نیز در *پدرخوانده* از این روش بهره می‌برد. اما هیچ‌کدام از جهش‌های تصادفی استفاده نمی‌کنند. اگر می‌خواهید بین ذهن‌های چند شخصیت مُشرف حاضر در یک صحنه جابه‌جا شوید، باید برای این جابه‌جایی‌ها دلیلی داشته باشید. چنین کاری را باید در نهایت دقت و با توجه به احساسات خواننده انجام دهید.



اگر متوجه جهش‌هایی ناآگاهانه در نوشتارتان شدید، راه‌حل ساده‌ای در اختیار دارید: شخصیت مُشرف را فقط با استفاده از کلیپ‌های شخصی به رشته‌ی تحریر در آورید و تمام شخصیت‌های دیگر حاضر در صحنه را صرفاً با استفاده از کلیپ‌های عمومی بنویسید.

در ادامه، مثال بالا را بازنویسی کرده‌ایم. ما مجبور شدیم جراحی سنگینی روی این صحنه انجام دهیم. دیگر نمی‌توانیم خواننده را وارد لایه‌های درونی ذهن شخصیتی غیرمُشرف کنیم، اما او را به نقطه‌ی ژرف‌تری از وجود شخصیت مُشرف اصلی خواهیم برد:

> حضار جیغ و داد زنان از تروک‌مورتون فاصله می‌گیرند. یکی از خانم‌ها غش می‌کند و مثل جنازه‌ای نقش بر زمین می‌شود. دو نفر از آقایان او را بلند می‌کنند و به نقطه‌ی امنی می‌برند.
>
> تروک‌مورتون با نیشخندی شیطانی شما را نگاه می‌کند. اما همین طور که با نگاه خیره‌ای به شما زُل زده، می‌شود رنج را از چشمانش خواند. انگار شما را می‌شناسد. پیشانی‌اش عرق کرده و رگی، روی ناهمواری جای زخمِ گردن آفتاب‌سوخته‌اش، آشکارا می‌تپد.
>
> از چشم‌های تروک‌مورتون می‌خوانید که به شما حمله خواهد کرد. کتابی را که در دست چپ‌تان است محکم روی میز سخنرانی می‌کوبید و به چشم می‌بینید که حواس او توسط این حرکت‌تان پرت می‌شود. سپس کتابی را که در دست راست‌تان است مستقیم به‌سمت صورت او پرت می‌کنید.

در این بازنویسی، بخش مربوط به خاطرات کودکی تروک‌مورتون حذف شده است. گریزی نیست. اگر بخواهیم فقط از یک شخصیت مُشرف در صحنه استفاد کنیم، باید از خیر درونیات شخصیت‌های دیگر بگذریم. در عوض توانسته‌ایم یک شخصین مُشرف واحد را پیشِ روی خواننده قرار دهیم تا با او هم‌حسی کند.

ممکن است فکر کنید که شاید بهتر بود این صحنه را از زاویه‌ی دید تروک‌مورتون می‌نوشتید. شاید، اما اگر صحنه را از این زاویه‌ی دید بازنویسی می‌کردید، خواننده انتظار داشت که او را مستقیماً وارد ذهن تروک‌مورتون کنید. در فصل ۱۲ نکاتی را درباره‌ی انتخاب شخصیت مُشرف ارائه کرده‌ایم.

تصحیح تجربه‌های بیرونی

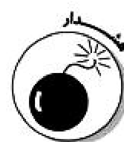
شاید بخواهید چیزهایی را که شخصیت محوری نمی‌داند یا نمی‌بیند به خواننده نشان بدهید. اگر از زاویه‌ی دید دانای کل یا سوم‌شخص بی‌طرف می‌نویسید، انتخاب حرفه‌ای‌تان به خودی خود چنین اجازه‌ای را به شما می‌دهد. اما اگر زاویه‌ی دید دیگری را انتخاب کرده‌اید، انتخاب حرفه‌ای‌تان ایجاب می‌کند که همواره به قوانین آن پایبند باشید.

در ادامه نشان‌تان می‌دهیم که اگر شما چیزی را ببینید، که شخصیت مُشرف قادر به دیدن آن نباشد، چه می‌شود:

> تروک‌مورتون سرش را می‌دُزدد و کتاب با شتاب از کنار گوش راستش عبور می‌کند. آتش خشم در چشمانش زبانه می‌کشد، یک قدم به‌سمت شما برمی‌دارد و موتور اره‌برقی را راه می‌اندازد.
>
> شما چند جلد از کتاب‌هایتان را برمی‌دارید و ضمن اینکه آن‌ها را سپر خود کرده‌اید، عقب‌عقب می‌روید. متوجه نمی‌شوید که چیزی نمانده مدیر روابط عمومی فروشگاه را، که چند لحظه پیش پشتِ سرتان از حال رفت، لگد کنید.

در این دو بند همه چیز طبق برنامه پیش می‌رود تا اینکه چیزی را به خواننده نشان می‌دهید که شخصیت مُشرف نمی‌تواند ببیند: مدیر روابط عمومی کتاب فروشی بیهوش روی زمین افتاده است.

اشکالش چیست؟ مگر دانستن آن باعث افزایش تنش صحنه نمی‌شود؟ شاید این‌طور باشد. تنش انتظار وقوع یک اتفاق بد است. اینکه به خواننده نشان دهید که شخصیت مُشرف ممکن است پایش را روی خانم کارمند فروشگاه بگذارد، می‌تواند تنش را افزایش دهد. اما این کار بهایی دارد: نشان دادن این تصویر به خواننده یادآوری می‌کند که او شخصیت مُشرف در صحنه نیست؛ و اگر یادتان باشد، یکی از اهداف اصلی شما، به‌عنوان نویسنده، این است که به خواننده بقبولانید او شخصیت مُشرف است.



رؤیای داستانی را به قیمت اندکی تنش بیشتر، ویران نکنید. به‌جای اینکه خواننده را از قالب شخصیت مُشــرف بیرون آورید، با اشاره‌ای که شخصیت مُشرف را متوجه اوضاع می‌کند، تنش را افزایش دهید.

اگر تصادفاً از ذهن شــخصیت مُشرف خارج شده‌اید، راه‌حل ساده‌ای پیشِ رویتان است: شخصیت مُشرف را فقط با استفاده از کلیــپ‌های شخصی به رشتــه‌ی تحریر در آورید و تمام شــخصیت‌های دیــگر حاضـر در صحنه را صرفاً با استفاده از کلیپ‌های عمومی بنویســید. فقط چیزهایی را که شخصیت مُشــرف می‌بیند، می‌شنود، می‌بوید، می‌چشــد یا لمس می‌کند به خواننده نشــان دهید. مثال بالا را به شکل زیر بازنویسی کرده‌ایم:

> تروک‌مورتون ســرش را می‌دُزدد و کتاب با شــتاب از کنار گوش راستش عبور می‌کند. آتش خشم در چشمانش زبانه می‌کشد، یک قدم به‌سمت شما برمی‌دارد و موتور اره‌برقی را راه می‌اندازد.
>
> شــما چند جلد از کتاب‌هایتــان را برمی‌دارید و ضمن اینکه آن‌ها را ســپر خود کرده‌اید، عقب‌عقب می‌روید.
>
> "یا مســیح مقدس! کمکم کن!" این جملات را صدای نالان مدیر روابط عمومی فروشــگاه از پشت سرتان می‌گوید. ثانیه‌ای بعد، صدای گرومپی به شما می‌گوید که او غش کرده است.

تصحیح مشکلات علت-معلولی

همیشــه‌ی همیشه‌ی همیشه علت را قبل از معلول نشان دهید. به مثالی که این قانون در آن زیر پا گذاشته شده توجه کنید:

> وحشــت وجودتان را فرا می‌گیرد و به‌سمت چپ خود شــیرجه می‌زنید. سرتان را با دســتان‌تان محافظت می‌کنید و امیدوارید روی مدیر روابط عمومی نیفتید، آن هــم درست پس از اینکه تــروک‌مورتون با اره‌بــرقــی به سمت‌تان خیــز برداشته است.

افتضاح است! ما علت را (خیز برداشتن تروک‌مورتون) در منتهی‌الیه جمله‌ی طولانی‌ای آورده‌ایم که معلول‌ها را (تمام واکنش‌های شما به عمل خیز برداشتن تروک‌مورتون) در ابتدای آن نوشته بودیم. هیچ چیز بیشتر از این حالت برای خواننده گیج کننده نیست.



هروقت در داســتان‌تان از عبارت پس *از* (اینکه) اســتفاده کردید، از خود بپرسید که آیا علت را بعد از معلول نوشته‌اید یا خیر. اگر این‌طور است، اشتباه خود را تصحیح کنید:

تروک‌مورتون با اره‌برقی به‌سمت‌تان خیز برمی‌دارد.

وحشت وجودتان را فرا می‌گیرد و به‌سمت چپ خود شیرجه می‌زنید. سرتان را با دستان‌تان محافظت می‌کنید و امیدوارید روی مدیر روابط عمومی نیفتید.

تصحیح مشکلات زمان‌بندی

هر فرایندی مدت زمان خاص خود را می‌طلبد. شلیک گلوله از چشمک زدن سرعت بیشتری دارد؛ چشمک زدن از رسیدن فوتبالیست به توپ سریع‌تر اتفاق می‌افتد؛ و رسیدن فوتبالیست به توپ از برگزاری انتخابات ریاست جمهوری زمان کمتری می‌برد.



اگر دو واقعه را نشان می‌دهید که به‌طور همزمان رخ می‌دهند، واقعه‌ی سریع‌تر را اول نشان دهید. این نکته‌ی ظریفی است، اما پرداختن به آن ارزش زحمتش را دارد، زیرا باعث وضوح بیشتر نوشتار می‌شود.

در این قسمت دو حالتی را که در آن‌ها مشکلات زمان‌بندی در داستان بروز می‌کنند، به شما نشان می‌دهیم.

رویدادهای همزمان

جمله‌ی زیر را بخوانید. در این جمله یک رویداد سریع و یک رویداد آهسته با هم ترکیب شده‌اند:

غرش اره‌برقی به‌محض اینکه صدای نعره‌ی بلند و کش‌دار تروک‌مورتون، که با سرعت به‌سمت زمین پرتاب شده به گوش می‌رسد، قطع می‌شود.

نویسنده از تلاش برای گنجاندن چند نکته در یک جمله هدف خوبی دارد. اما برای خواننده مهم نیست که شما منظور خوبی دارید یا نه؛ خواننده فقط به این اهمیت می‌دهد که آیا در بطن داستان غرق شده یا نه.

مشکل ما در اینجا این است که می‌خواهیم دو امر را همزمان جلوه دهیم؛ اما این دو امر نمی‌توانند همزمان باشند، زیرا مقیاس زمانی آن‌ها متفاوت است: یکی سریع رخ می‌دهد و یکی آهسته:

- ✓ **آهسته:** "تروک‌مورتون در حالی‌که نعره‌ی بلند و کش‌داری سر می‌دهد، به زمین می‌افتد." این رویداد کسری از ثانیه زمان می‌برد. (اگر زمان زمین خوردن خودتان را محاسبه کنید، خواهید دید که چند ثانیه طول می‌کشد.)
- ✓ **سریع:** "غرش اره‌برقی قطع می‌شود." این یکی تقریباً در لحظه – وقتی انگشت تروک‌مورتون از روی دکمه‌ی ضامن کنار می‌رود – اتفاق می‌افتد.



هر وقت دیدید که دو عبارت به واسطه‌ی واژه‌هایی مانند در *حالی‌که* یا به‌*محض اینکه* یا همز*مان* با به هم ربط یافتند، کمی تأمل کنید. از خود بپرسید که آیا اعمال موجود در آن دو عبارت اصلاً می‌توانند به‌صورت همزمان یا برای مدت یکسانی رخ دهند یا خیر.

توجه داشـــته باشـــید که تروک‌مورتون می‌تواند در تمام مدتی که در حال افتادن است نعره بزند. بنابراین وصل کردن این دو فعل (افتادن و نعره زدن) با استفاده از عبارت در *حالی‌که* کاملاً بلامانع اســت. اما او نمی‌تواند با همان ســرعتی که غرش اره‌برقی قطع می‌شود به زمین بیفتد. بنابراین به‌کار بردن عبارت به‌*محض اینکه* اشتباه است، زیرا این عبارت برای مواردی به‌کار می‌رود که در یک لحظه‌ی واحد به وقوع بپیوندند.



چیزهای کوچک می‌توانند تفاوت‌های بزرگی بیافرینند؛ حتی اگر به‌قدری کوچک باشند که از دید خواننده پنهان بمانند. ممکن اســت خواننده همیشه به این دقت نکند که دو اتفاق ممکن اســت نتوانند در یک آن رخ دهند، اما او می‌فهمد که صحنه کمی عجیب و غریب اســت. در این شــرایط خواننده با خودش خواهد گفت: "نمی‌توانم این اتفاق را تصور کنم." حق هم دارد. شما اجازه داده‌اید کنش‌ها از کانون توجه خارج شوند. راه‌حل مشــکل این است که بفهمید کدام کنش اول شروع شده و اول آن را نشان دهید (حتی اگر هنگام شروع کنش دوم این کنش هنوز ادامه داشته باشد).

در مثــال تروک‌مورتون، او پایش به چیزی گیر کرد، ســکندری خورد و نعره‌ی بلند و کش‌داری ســر داد و بعد زمین خورد. زمانی، وســط تمام این وقایع، انگشتش از روی دکمه‌ی ضامن اره‌برقی کنار رفت و غرش موتور خاموش شــد. ما این رویدادها را باید به شکل زیر بنویسیم:

> تروک‌مورتون، در حالی‌که باســرعت به‌سمت زمین پرتاب می‌شود، نعره‌ی بلند و کش‌داری سر می‌دهد. صدای غرش اره‌برقی قطع می‌شود.

مشکلات خاص کلیپ‌های شخصی

در متن زیر زمان‌بندی در دومین کلیپ شخصی (بند سوم) به هم ریخته است:

> شــما زمین می‌خورید و احســاس می‌کنید که روح از بدن‌تان خارج شده است. برای یک لحظه دیدتان تار می‌شود؛ به زور سعی می‌کنید بر خود مسلط شوید و کورمال کورمال و به زحمت سر پا می‌ایستید.
>
> پیش از آنکه بتوانید ســرتان را برگردانید، تروک‌مورتون از پشــت به شما چنگ می‌اندازد. "وقتشه که بمیری، عوضی!" دستی قوی دور گلویتان قلاب می‌شود.
>
> فنی را به‌یــاد می‌آورید که، وقتی برای کتاب‌تان تحقیــق می‌کردید، از یکی از

دوستان‌تان یاد گرفتید. پنجه‌ی پای تروک‌مورتون را محکم لگدکوب می‌کنید، با آرنج به شکمش می‌کوبید و ناخودآگاه دستی را که با آن گلویتان را می‌فشارد چنگ می‌زنید. موجی از ترس چون خنجری دلتان را می‌شکافد.

متن بالا تا سر بند سوم، که یک کلیپ شخصی است، بدون ایراد پیش می‌رود. اما در این بند زمان‌بندی‌ها به هم می‌ریزند.



مقیاس زمانی احساسات، کنش‌های غریزی (ناخودآگاه)، رفتارهای منطقی و گفتار در زیر آمده است:

- ✓ احساسات، سریع و در عرض هزارم ثانیه، رخ می‌دهند.
- ✓ کنش‌های غریزی یا ناخودآگاه سریع (اما کُندتر از احساسات) و در عرض دهم ثانیه، رخ می‌دهند.
- ✓ رفتارهای منطقی و گفتار بیشترین زمان را می‌برند و حداقل نیم‌ثانیه طول می‌کشند.

بنابراین در کلیپی شخصی که تمام عناصر بالا را در آن گنجانده‌اید، باید اول احساسات را نشان دهید، بعد کنش‌های غریزی را و بعد رفتارهای منطقی و گفتار. نگاهی به بند سوم متن بالا بیندازید و ببینید در ادامه چطور با مرتب کردن عناصر، آن را به‌شکلی منطقی تصحیح کرده‌ایم:

شما زمین می‌خورید و احساس می‌کنید که روح از بدن‌تان خارج شده است. برای یک لحظه دیدتان تار می‌شود؛ به زور سعی می‌کنید بر خود مسلط شوید و کورمال کورمال و به زحمت سر پا می‌ایستید.

پیش از آنکه بتوانید سرتان را برگردانید، تروک‌مورتون از پشت به شما چنگ می‌اندازد. "وقتشه که بمیری، عوضی!" دستی قوی دور گلویتان قلاب می‌شود.

موجی از ترس چون خنجری دلتان را می‌شکافد. ناخودآگاه دستی که گلویتان را می‌فشارد چنگ می‌زنید. فنی را به یاد می‌آورید که، وقتی برای کتاب‌تان تحقیق می‌کردید، آن را از یکی از دوستان‌تان یاد گرفتید. پنجه‌ی پای تروک‌مورتون را محکم لگدکوب می‌کنید و با آرنج به شکمش می‌کوبید.

از فشار دست تروک‌مورتون بر گلویتان کاسته می‌شود.

به‌سمت او می‌چرخید، با زانو ضربه‌ای به میان‌تنه‌اش می‌زنید و با انگشت شست‌تان ضربه‌ی دیگری به قسمت نرم پایین گلویش وارد می‌آورید.

قبول داریم که دعوای زشتی است، اما شما نمی‌توانید به تروک‌مورتون رخصت

اســـتراحت بدهید؛ به خواننده هم نمی‌توانید چنین اجازه‌ای بدهید. او کتاب شما را برای تجربه کردن حســـی قوی خریده است. اگر اجازه دهید صحنه (یا حتی ریزترین جزئیات آن) از کانون تمرکز خارج شـــود، ارزش چیزی که به خواننده اعطا می‌کنید، از هزینه‌ای که بابت کتاب‌تان پرداخته کمتر است. چه نویسنده‌ی پر جنب و جوش‌ترین رمان اکشن باشـــید و چه خالق لطیف‌ترین رمان عاشـــقانه، خواننده این حق را بر گردن‌تان دارد که قوی‌ترین تجربه‌ی حسی ممکن را به او اهدا کنید.

ورود به فلش‌بک و خروج از آن

اگر استفاده از فلش‌بک لازم بود، حتماً آن را به‌کار ببرید (در یکی از قسمت‌های پیشین این فصل، تحت عنوان "تصمیم‌گیری برای نشان دادن یا تعریف کردن"، توضیح دادیم که چگونه می‌توان فهمید اســـتفاده از فلش‌بک لازم است یا خیر). تنها مورد ناگفته‌ای که باقی می‌ماند این اســـت که فلش‌بک را چگونه باید ویرایش کرد. یادتان باشـــد که فلش‌بک چیزی نیســـت جز ظرفی برای توالی‌ای از کلیپ‌هایی که در گذشـــته به وقوع می‌پیوندنـــد، همراه با انتقـــال زمانی ابتدا و انتهای آن. در قســـمت‌های آینده درباره‌ی ویرایش کلیپ‌ها صحبت خواهیم کرد. نکته‌ی دیگری که باید نگران آن باشید، ویرایش نقاط انتقال زمانی است.

انتقال زمانی امر ناشناخته‌ای نیســـت و تنها وظیفه‌ای که دارد این است که نشان دهد شخصیت مُشـــرف دارد در زمان، پس و پیش می‌رود. معمولاً این کار با اشاره‌ای علنی به یک خاطره انجام می‌شود. به مثالی از نحوه‌ی غلط انجام انتقال زمانی توجه کنید:

"به ما بگید چطور تونستید مردی با وزنی دو برابر وزن خودتون رو مغلوب کنید." این سؤال را لَـری کینگ می‌پرسد.

بـــرَد می‌گوید: "منو از پشت بگیر و سعی کن خفه‌ام کنی"

شما دست‌هایتان را دور بدن او حلقه می‌کنید و سعی می‌کنید گردنش را بگیرید. ثانیه‌ای بعد، پنجه‌ی پایتان تیر می‌کشد. ضربه‌ی آرنجی که به شکم‌تان می‌خورد تمام مولکول‌های هوایی را که در ریه‌هایتان بود تخلیه می‌کند. ســـپس ضربه‌ی پتک‌مانندی که به میان‌تنه‌تان وارد می‌شود، انفجاری از درد را با سرعت روانه‌ی امحا و احشایتان می‌کند.

پاسخ می‌دهید: "فکر کنم پاهام خیلی سریع از مغزم فرمان می‌گیرند."

صبر کن ببینم! جهشـــی کـــه از لری کینگ به برَد و دوباره به لری کینگ انجام شـــد به‌شدت گیج کننده بود. مشکل اینجاست که ما با شتاب بیش از حدی به فلش‌بک وارد می‌شـــویم و بعد با همین شـــتاب از آن بیرون می‌آییم. خواننده به نشانه‌هایی در هر دو

سوی فلش‌بک نیاز دارد تا به کمک آن‌ها آغاز و پایان آن را تشخیص دهد. مثل این:

"به ما بگید چطور تونستید مردی با وزنی دو برابر وزن خودتون رو مغلوب کنید." این سؤال را لـَری کینگ می‌پرسد.

دو سـال است که تلاش می‌کنید روزی را که درباره‌ی شیوه‌های نزاع خیابانی با دوسـت‌تان برَد – یک افسر اسبق یگان ویژه‌ی نیروی دریایی ایالات متحده – مصاحبه کردید از یاد ببرید.

بـرَد می‌گوید: "منو از پشت بگیر و سعی کن خفه‌ام کنی"

شـما دسـت‌هایتان را دور بدن او حلقه می‌کنید و سـعی می‌کنید گردن‌اش را بگیرید. ثانیه‌ای بعد، پنجه‌ی پایتان تیر می‌کشد. ضربه‌ی آرنجی که به شکم‌تان می‌خورد تمام مولکول‌های هوایی را که در ریه‌هایتان بود تخلیه می‌کند. سـپس ضربه‌ی پتک‌مانندی که به میان‌تنه‌تان وارد می‌شود، انفجاری از درد را با سرعت روانه‌ی امحا و احشایتان می‌کند.

این قضیه دو سال پیش اتفاق افتاد و شما هنوز هم برَد را فراموش نکرده‌اید. در کتاب‌تان از او تقدیر نکردید. به هیچ احدی هم درباره‌ی آن مصاحبه چیزی نگفتید.

چشمکی به لری کینگ می‌زنید و با لبخند کج و کوله‌ای پاسخ می‌دهید: "فکـر کـنم پاهام خـیـلی سریع از مغزم فرمان می‌گیرند."

ویرایش تعریف

امیدواریم از گفته‌های ما چنین برداشـت نکرده باشـید که از تعریف کردن داسـتان و ابزارهایی مانند چکیده‌ی روایی، شـرح و توصیف خارجی بیزاریم. اصلاً این‌طور نیست. این ابزار در تمام داسـتان‌ها جایگاه خاص خود را دارند. اگر باورتان نمی‌شود، صفحه‌ی اول کتاب *هری پاتر و سـنگ جادوگر* را بخوانید. تمام این صفحه به تعریف اختصاص داده شده است و نوشتار درخشانی دارد. تعریف برای این قسمت متن مناسب است. اگر می‌خواهید تعریف کنید، اطمینان حاصل کنید که – حداقل – این شـیوه برای متن‌تان مناسب است. اگر می‌توانید نوشتاری درخشان بیافرینید، حتماً این کار را بکنید (کمی بعد در یکی از کادرهای خاکسـتری، تحت عنوان "آفرینش سبک اختصاصی شما"، نکاتی درباره‌ی نوشتن متن‌های درخشان به شما ارائه خواهیم کرد).

در زیر رایج‌ترین مشکلاتی را که در تعریف پیش می‌آید عنوان کرده‌ایم و راه‌هایی برای احیای قسمت‌های تعریفی‌ای که درگیر چنین مشکلاتی هستند، پیش پایتان گذاشته‌ایم:

✓ **واژگان:** تا جایی که می‌توانید ایجاز را رعایت کنید.

- ✓ **گفتار انتزاعی:** تا جایی که می‌توانید ملموس بنویسید. از اسم‌ها و فعل‌های قوی و جزئیات واضح استفاده کنید.
- ✓ **توضیح بیش از حد:** در برابر وسوسه‌ی توضیح دادن مقاومت کنید.



در همین قسمت درباره‌ی این اصلاحات توضیح می‌دهیم.

آفرینش سبک اختصاصی شما

همچنان که در فن و هنر نوشتن پیشرفت می‌کنید، سبکی پیدا خواهید کرد که برای شخص شما مناسب است. ما در این کتاب درباره‌ی آموزش سبک اختصاصی نویسندگی با احتیاط رفتار می‌کنیم، زیرا سبک نوشتار، امری بسیار شخصی است. البته گزینه‌های زیادی در برابر شما وجود دارد که می‌توانید از میان آن‌ها انتخاب کنید. در ادامه سؤالاتی طرح می‌کنیم که پاسخ دادن و فکر کردن به آن‌ها در فرایند آفرینش سبک نوشتارتان مفید خواهد بود:

- ✓ سبک چقدر برای شما اهمیت دارد (در مقایسه با چهار ستون دیگر داستان: دنیای داستانی، شخصیت، پی‌رنگ و درون‌مایه)؟
- ✓ آیا مایل‌اید سبک خاصی داشته باشید که شما را از دیگر نویسندگان متمایز جلوه می‌دهد یا ترجیح می‌دهید سبک نوشتارتان طوری باشد که حواس خواننده را از داستان پرت نکند؟
- ✓ آیا نویسنده‌ی به‌خصوصی هست که سبک نوشتارش به سبک مورد نظر شما شباهت داشته باشد؟ اگر چنین است، سبک او با سبک شما چه تفاوتی دارد؟
- ✓ آیا ژانر یا گونه‌ی داستانی شما سبک نوشتاری خاصی را می‌طلبد که خوانندگان انتظار دارند شما نیز به اصول آن پایبند باشید؟ (حس و حال یک رمان کارآگاهی درست و حسابی با یک رمان عاشقانه‌ی سلطنتی بسیار متفاوت است)
- ✓ پرهیز از کلیشه‌ها چقدر برایتان اهمیت دارد؟ آیا اصرار دارید هر جمله‌ای که می‌نویسید حتماً تازه و اصیل باشد؟ یا "متفاوت بودن" هم به نوبه‌ی خود برایتان به کلیشه تبدیل شده است؟

ما نمی‌توانیم بگوییم کدام سبک برایتان مناسب‌تر است. اما توصیه می‌کنیم شیوه‌های ادبی گوناگون را امتحان کنید و ببینید کدام‌یک از آن‌ها با حال و هوایتان جور درمی‌آید. آیا این شیوه روی خواننده‌های آزمایشی شما تأثیر مناسبی دارد؟ اگر چنین است، به استفاده از آن ادامه دهید؛ اگر نه، آن را کنار بگذارید. سبک طبیعی شما به‌موقع شکوفا خواهد شد.

محکم‌کاری متن و رنگ‌آمیزی آن

ویرایش معمولاً با حذف واژگان غیرضروری و افزودن واژگانی که وضوح اثر را بالا می‌برند همراه است. در ادامه بریده‌ی متنی تعریفی را خواهید خواند که هم به محکم‌کاری نیاز دارد و هم رنگ‌آمیزی:

پس از مصاحبه، در حالی‌که در فرودگاه قدم می‌زنید، متوجه می‌شوید شبه‌فاجعه‌ای که در اولین جلسه‌ی معارفه و امضای کتاب‌تان رخ داد، به نفع حرفه‌تان تمام شده است. فرودگاه‌ها معمولاً کتاب‌فروشی دارند، زیرا وقتی مسافران در آسمان به سر می‌برند، کار زیادی برای انجام دادن ندارند. به همین دلیل خیلی از آن‌ها دوست دارند کتاب بخوانند. تک‌تک کتاب‌فروشی‌هایی که در مسیر گیت پرواز از کنارشان عبور می‌کنید چندین نسخه از کتاب شما را برای فروش گذاشته‌اند. در پرواز خود به‌سمت محل زندگی، خواب‌تان می‌برد و کابوسی می‌بینید که ایده‌ی کتاب بعدی‌تان را فراهم می‌کند.

این متن عمدتاً از چکیده‌ی روایی تشکیل شده و اندکی هم شرح در آن به‌کار رفته است. اتفاق خاصی هم نمی‌افتد که در پیش بردن داستان تأثیری داشته باشد. بنابراین بدیهی است که نخواهیم برای روایت این قسمت از متن از کلیپ استفاده کنیم. اما از سویی دوست نداریم این تکه از داستان را به‌کل حذف کنیم، زیرا انتقال وقایع از صحنه‌ی قبلی به صحنه‌ی بعدی – زمانی را که شما در منزل خود به رمان بعدی‌تان فکر می‌کنید – به‌خوبی نشان می‌دهد.

دو جمله‌ی اول بیش از حد توضیحی هستند. اگر فاجعه‌ی اولین جلسه‌ی معارفه‌تان دلیل مصاحبه‌ی لری کینگ با شما بوده، پس قطعاً به نفع حرفه‌تان تمام شده و این موضوع دیگر نیازی به توضیح ندارد. اکثر آدم‌ها می‌دانند چرا در فرودگاه‌ها کتاب‌فروشی وجود دارد. آن‌هایی هم که نمی‌دانند، به‌راحتی می‌توانند دلیل این امر را حدس بزنند. در مقابل وسوسه‌ی توضیح دادن مقاومت کنید.

دو جمله‌ی آخر عاری از هر گونه رنگ و لعاب هستند. با اینکه مسیر قدم زدن در فرودگاه یا خود پرواز را نشان نمی‌دهید، باز هم می‌توانید روایت این قسمت را کمی واضح‌تر انجام دهید.

به نسخه‌ی ویرایش شده‌ی مثال بالا نگاه کنید. در این نسخه توضیحات غیرضروری و واژه‌های اضافی را بریده‌ایم و کمی رنگ به صحنه اضافه کرده‌ایم:

پس از مصاحبه در حالی‌که در فرودگاه قدم می‌زنید، از کنار فروشگاه بارنز و نوبل عبور می‌کنید که قفسه‌ی سقفی‌ای را با کتاب‌های شما پر کرده است. وقتی پشت گیت نشسته‌اید و انتظار می‌کشید، شش مسافر مختلف در حالی‌که یک نسخه از کتاب‌تان را در دست دارند به شما نزدیک می‌شوند و امضا می‌خواهند. در هواپیما چشم‌هایتان را می‌بندید و امیدوارید خواب‌تان ببرد. چرت کوتاهی هم می‌زنید. اما خواب‌هایتان آشفته و مملو از همزادهای تروک‌مورتون‌اند که همگی اره‌برقی در دست دارند و شما را به نام می‌خوانند. وقتی هواپیما بر فراز فرودگاه شهرتان ارتفاعش را کم می‌کند، انعکاس آخرین پرتوهای نارنجی‌رنگ خورشیدِ

در حال غروب روی شیشه‌ی پنجره‌ی ترمینال به انفجاری از نور تبدیل می‌شود. همین کافی است تا بدانید کتاب بعدی‌تان درباره‌ی چه خواهد بود.

دقت کنید که نسـخه‌ی ویرایش شده از نسخه‌ی اولیه طولانی‌تر است؛ آن هم با اینکه توضیحات غیرضروری را حذف کرده‌ایم. علت این امر جزئیات ملموسی است که برای افزودن‌شان به واژه نیاز داشتیم.

زمانی برای حذف یک بخش تعریفی

گاهی به یک بخش تعریفی برمی‌خورید که نه به ویرایش بلکه به حذف نیاز دارد. این‌ها دلایلی هستند که ممکن است باعث شوند یک بخش را به‌طور کامل حذف کنید:

- **تعریف پیشـینه‌ی داستانی:** همه‌ی نویسـنده‌ها می‌دانند که پیشینه‌ی داستانی مضر اسـت؛ البته برای بقیه‌ی نویسنده‌ها، نه برای خودشان! همه‌ی نویسنده‌ها خیال می‌کنند که خودشان استثنا هستند و می‌توانند در فصل اول چندین صفحه پیشینه‌ی داسـتانی بنویسند و قسـر در بروند؛ زیرا خواننده ملتمسانه می‌خواهد پیشینه‌ی داستانی را بداند. خواننده در فصل اول به پیشینه‌ی داستانی هیچ وقعی نمی‌نهد. پیشینه‌ی داستانی شـخصیت‌ها زمانی برای او اهمیت پیدا می‌کند که شروع به شناختن آن‌ها کرده است.

  اگر در پنج فصل اول کتاب خود از پیشـینه‌ی داستانی استفاده کرده‌اید، از خود بپرسـید که آیا حاضرید برای اینکه این پیشینه در کتاب‌تان باقی بماند، بابت هر واژه‌ی آن ده دلار به ویراسـتار بدهید یا خیر. اگر جواب‌تان مثبت است که هیچ؛ که در این صورت نوشـتارتان باید فوق‌العاده باشـد. در غیر این صورت با یک اره‌برقی به جانش بیفتید.

- **توضیح دنیای داسـتانی:** نویسنده‌ها مَثَلی بین خود دارند که می‌گویند: "در برابر وسوسـه‌ی توضیح دادن مقاومت کن." نمی‌خواهیم به خودمان زحمت بدهیم تا به شما ثابت کنیم چرا این گفته صدق می‌کند. اما این گفته صحت دارد. درباره‌ی دنیای داستانی، کمترین توضیح ممکن را ارائه کنید.

- **تفصیل درون‌مایه:** خواننده باهوش اسـت و لازم نیست مفاهیم عمیق رمان‌تان برایش توضیح داده شـود. توضیح دادن اثرتان آن را سـطحی جلوه می‌دهد. در برابر وسوسه‌ی توضیح دادن تا آخرین دَم ایستادگی کنید!

برای نکته‌های مفید بیشـتر درباره‌ی ویرایش بخش‌های تعریفی، فصل‌های مربوط به توصیف و شـرح را از کتاب *Revision and Editing* نوشـته‌ی James Scott Bell (انتشارات Digest) مطالعه کنید.

بخش ۴

به چاپ رساندن

موج پنجم

ریچ تنانت



”خیالم از بابت فروش کتابم راحته. یک نماینده‌ی ادبی، یک مدیر برنامه و یک وکیل استخدام کردم: آرایشگرم، تعمیرکار ماشینم و صاحب خشک‌شویی محل!“

در این بخش...

شـــاید بعضی از افراد از اینکه رمان‌نویســـان فوق‌العاده‌ای هســـتند، اما هیچ اثری از آن‌ها چاپ نشـــده، راضی باشـــند. اما اکثر نویســـنده‌ها به خاطر چاپ اثرشـــان نویســـنده می‌شوند. در این قســـمت به نکات لازم بـــرای چاپ آثار نگاهی می‌اندازیم، کـــه از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به این موارد اشـــاره کرد: اطلاعاتـــی درباره‌ی پاک‌نویس کردن دست‌نوشـــته، آمـــاده کردن طرح پیشـــنهادی، پیدا کردن نماینـــده‌ی ادبی و فروختن رمـــان به یک ناشـــر (با کمـــک نماینـــده‌ی ادبی یا بـــدون کمک او).

فصل ۱۶

کسب آمادگی برای چاپ اثر: پرداخت و ارائه

در این فصل

- پرداخت دست‌نوشته
- مرتفع کردن مشکلات حقوقی احتمالی
- انتخاب بین نشر سنتی یا شخصی
- نوشتن پیش‌طرح
- ارسال اطلاعات بیشتر، طرح پیشنهادی

رمانی خوب به فروش می‌رسد که نوشتاری عالی داشته باشد. به همین دلیل در این کتاب کوشیده‌ایم فن نویسندگی شما را بهبود بخشیم؛ چرا که ۹۰ درصد موفقیت بازاریابی یک اثر توسط کیفیت خوب آن تضمین می‌شود.

پیش از آنکه بخواهید با نماینده‌های ادبی یا دبیر انتخاب کتاب تماس بگیرید، باید مطمئن شوید دست‌نوشته‌ای که آماده کرده‌اید تا حد امکان بی‌نقص است. در بازارهای رقابتی عصر حاضر "بد نبودن" کافی نیست. دست‌نوشته‌ی شما پس از اتمام و ویرایش، همچنان به پرداختِ نهایی نیازمند است. در این فصل نکاتی درباره‌ی پرداخت نهایی اثر به شما خواهیم آموخت.

وقتی دست‌نوشته‌تان کاملاً آماده‌ی ارائه شد، یک تصمیم مهم باقی می‌ماند: آیا می‌خواهید رمان خود را به ناشران سنتی بفروشید یا می‌خواهید گزینه‌های دیگری را امتحان کنید؟ با پیشرفت فناوری‌های جدید، گزینه‌های بیشتری هم پیشِ رویتان است. اصلاً آیا در این دوره و زمانه، رفتن نزد ناشران سنتی کار عاقلانه‌ای است؟ بستگی دارد، اما باز هم در اکثر مواقع پاسخ این سؤال مثبت است. در این فصل درباره‌ی گزینه‌های "وسوسه برانگیز دیگر" هم صحبت می‌کنیم و برایتان توضیح می‌دهیم که چه زمانی برای انتخاب آن‌ها مناسب‌تر است و چرا.

اگر تصمیم بگیرید که با یک ناشر سنتی کار کنید، اولین کاری که باید برای فروش رمان‌تان انجام دهید نوشتن *پیش‌طرح* یا *طرح پیشنهادی* است. پیش‌طرح یک نامه‌ی

مختصر و مفید است که در وهله‌ی اول برای جلب توجه نماینده‌ی ادبی و در مرحله‌ی بعد جهت جلب نظر دبیر انتخاب کتاب نوشته می‌شود. طرح پیشنهادی شبیه پیش‌طرح است، با این تفاوت که اطلاعات ارائه شده در آن خیلی بیشتر است. نوشتن پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی دشوار نیست. ما در این فصل اصول و مبانی نوشتن این دو را توضیح خواهیم داد. شما کاملاً آزادید که از خودتان خلاقیت نشان دهید، اما در عین‌حال – اگر نمی‌خواهید بلافاصله دست رد به سینه‌تان بزنند – باید از خطاهای خاصی دوری کنید.

اگر به‌دنبال اطلاعات دقیقی درباره‌ی نحوه‌ی برخورد با نماینده‌های ادبی و ناشران هستید، توصیه می‌کنیم کتاب *Getting Your Book Published For Dummies* (انتشارات وایلی) را مطالعه کنید. در فصل ۱۷ بیشتر درباره‌ی رویارویی با نماینده‌ها و ناشران صحبت خواهیم کرد. بنابراین در طول این فصل، صرفاً اطلاعات پایه‌ای لازم برای انجام اقدامات اولیه را در اختیارتان می‌گذاریم.

پرداخت دست‌نوشته‌ی شما

فرایند آماده‌سازی یک رمان برای نشر معمولاً به‌شکل زیر پیش می‌رود:

۱. پیش‌نویس اولیه را با استفاده از الگوی نوشتاری‌ای که برایتان مناسب‌تر است بنویسید. (فصل ۴ چند الگوی نوشتاری خلاق را به اختصار توضیح می‌دهد. فصل‌های ۶ تا ۱۱ نیز توضیحاتی درباره‌ی جنبه‌های گوناگون نوشتن پیش‌نویس اولیه ارائه می‌دهند.)

۲. دست‌نوشته را حداقل یک‌بار و اگر می‌توانید چندبار، ویرایش کنید. (در فصل‌های ۱۲ تا ۱۵ یک شیوه‌ی ویرایش دست‌نوشته را همراه با چند ابزار تحلیلی به شما معرفی کرده‌ایم.)

۳. از یک نویسنده‌ی حرفه‌ای، نماینده‌ی ادبی، ویراستار، یا فرد دیگری که در امر نشر فعالیت می‌کند بخواهید درباره‌ی اثرتان به شما بازخورد بدهد. (این کار را به اقوام یا دوستانی که از نویسندگی سررشته ندارند نسپارید؛ این افراد به‌قدری با شما رو دربایستی دارند که نمی‌توانند از پس انتقاد بی‌رحمانه‌ای که لازم دارید برآیند.) از این بازخورد در ویرایش دست‌نوشته‌تان کمک بگیرید.

۴. دست‌نوشته‌ی نهایی را نمونه‌خوانی کنید، یا از یک نمونه‌خوان حرفه‌ای بخواهید این کار را برایتان انجام دهد. این کار هرگونه غلط املایی یا ایراد دستوری باقی‌مانده را از نوشتارتان می‌زداید.

آیا شما قادرید دست‌نوشته‌ی خود را طوری پرداخت کنید که بی‌عیب و نقص جلوه

کند؟ بله، امکانش هست. ما شاهد چنین مواردی بوده‌ایم. خودمان هم از پس این کار برآمده‌ایم. اما اکثر نویسنده‌ها آثار خود را تا جایی که می‌توانند ویرایش می‌کنند و بعد نظر کس دیگری را درباره‌ی آن جویا می‌شوند. ما فرض را بر این می‌گذاریم که شما مراحل ۱ و ۲ را انجام داده‌اید و آماده‌اید که به سراغ مراحل ۳ و ۴ بروید (و نظر فرد با کفایتی را جویا شوید). در این قسمت به‌نظرات شما می‌پردازیم.

متحد شدن با رفقای منتقد

رفقای منتقد، نویسندگانی هستند که با هم رابطه‌ی دوستانه دارند و آثار یکدیگر را به‌صورت افتخاری نقد می‌کنند. آن‌ها برای انجام این کار، معمولاً چند فصل نمونه را برای هم می‌فرستند و به نقدشان می‌پردازند. بهترین رفیق منتقد کسی است که عاشق ژانر داستانی شما باشد و شما – و کاری که سعی می‌کنید انجام دهید – را به‌خوبی درک کند. چنین کسی شما را آن‌قدر درک می‌کند که می‌داند بهترین راه همکاری با شما چیست. اگر حساس باشید و غرورتان خیلی زود جریحه‌دار شود، رفیق منتقدتان باید بداند که ابتدا از نقاط قوت کارتان تعریف کند و بعد نظرات سازنده‌ی خود را درباره‌ی نقاط ضعفتان چاشنی حرف‌هایش سازد. اگر پوست‌کلفت و سرسخت هستید، رفیق منتقدتان باید بلد باشد چطور سپر دفاعی‌تان را بشکافد و کاری کند تا نکاتی را که به تصحیح نیاز دارند، ببینید.



رفقای منتقد را از کجا می‌توان پیدا کرد؟ هر جا که بشود! رَندی با بیشتر رفقای منتقدش در همایش‌های ادبی آشنا شده است؛ آن هم زمانی‌که در جستجویشان نبود. شما ممکن است رفیق منتقدتان را در کلاس‌های نویسندگی، حلقه‌های نقد، گروه‌های آن‌لاین نویسندگی و یا حتی در قسمت غذاهای نیمه‌آماده‌ی خوار و بار فروشی پیدا کنید. تا زمانی‌که شما و رفیق منتقدتان بر سر همکاری با هم تفاهم داشته باشید، اینکه کجا با آن‌ها آشنا شوید مهم نیست.

رفقای منتقد تا ابد با شما نخواهند بود. ممکن است شما از آن‌ها پیشی بگیرید یا بیشتر از آن‌ها دوام بیاورید؛ شاید هم نسبت به آن‌ها بیشتر عمر کنید. نکته‌ی مهم این است که شما باید برای یکدیگر مفید باشید. مادامی‌که هر دو طرف از این رابطه‌ی حرفه‌ای راضی باشند، ادامه‌ی آن میسر است. اما اگر خللی در آن ایجاد شد، بگذارید خاتمه یابد.

پیوستن به حلقه‌ی منتقدان

حلقه‌ی منتقدان گروهی از نویسندگانی هستند که طی ملاقات‌های دوره‌ای به نقد آثار یکدیگر می‌پردازند. می‌توانید ملاقات شخصی داشته باشید یا از طریق اینترنت با هم تماس بگیرید؛ هر کدام که برایتان راحت‌تر است. اکثر حلقه‌های منتقدان حداقل ماهی یک مرتبه دور هم جمع می‌شوند و این می‌تواند کمی دشوار باشد. بعضی از گروه‌ها هم

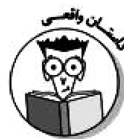
دیدارهای پراکنده‌ای دارند.

کیفیت نقدهایی که روی آثارتان انجام می‌شـــود متفاوت خواهد بود. تازه‌کارهای گروه ممکن اســـت مهارت کافی برای انجام نقدهای خوب را نداشـــته باشـــند. اما اگر برای آمـــوزش آن‌ها وقـــت بگذارید، نحوه‌ی کار را از شـــما یاد خواهند گرفت. بهتر اســـت نویسنده‌ای بین‌تان باشد که اثرش چاپ شده است و فوت و فن کار را به‌خوبی می‌داند. چنین کســـی می‌تواند سایرین را راهنمایی کند و اگر یکی از اعضا اظهار فضلی بی‌پایه کرد به او تذکر بدهد. اما وجود این فرد از شروط لازم نیست.



هرچه ثبات در حلقه‌ی منتقدان نوعی نقطه ضعف باشـــد، تنوع به همان اندازه نقطه‌ی قوت آن به‌شمار می‌آید. گروهی که بین پنج تا ده عضو داشته باشد طیف گسترده‌ای از عقاید را در خود جای خواهد داد. شـــما باید توان قضاوت خود را تقویت کنید تا بتوانید تشخیص دهید که کدام عقاید را قبول دارید. اما گاهی خام‌ترین منتقد هم ممکن است بتواند به زیبایی شما را سر جای خودتان بنشاند؛ پس هیچ‌وقت به عقاید هیچ‌کس انگ بی‌مصرفی نزنید.

می‌پرســـید از کجا می‌توانید یک حلقه‌ی منتقدان پیدا کنید؟ یکی از راه‌های متداول این اســـت که عضو سازمان یا مؤسسه‌ای شـــوید که یکی دو حلقه‌ی منتقدان در آن وجود دارد تـــا بتوانید به عضویت‌شـــان درآیید. اگر در محل زندگی‌تان مرکز ادبی یا باشـــگاه نویســـندگی‌ای وجود داشته باشد، ممکن است بتوانید گروهی از منتقدان را در آن‌ها پیدا کنید. همچنین، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی هم گاهی چنین گروه‌هایی را راه‌اندازی می‌کننـــد. می‌توانید نگاهی به نیازمندی‌هـــا (www.craigslist.org) بیندازید. اگر تعداد مناسبی از دوستان‌تان نویسنده هستند یا دوست دارند نویسنده شوند، می‌توانید حلقه‌ی منتقدان خودتان را شکل دهید. در گروه باید حداقل یک نفر با توان مدیریتی بالا حاضر باشد تا اداره‌ی امور را بر عهده بگیرد.



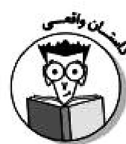
حلقه‌ی منتقدان تا ابد پایدار نمی‌ماند، اما ممکن اســـت عمر درازی داشته باشد. رَندی به مدت هشـــت سال عضو یک گروه بود و در آنجا از یک نویسنده‌ی سال اولی به یک نویســـنده‌ی سال سومی تبدیل شد. (در فصل ۱ درباره‌ی چهار مرحله‌ای که نویسنده در مسیر رسیدن به نشر از آن‌ها عبور می‌کند صحبت کرده‌ایم.)

همکاری با ویراستار کارمزدی

هر نویســـنده به یک مشاور ادبی نیاز دارد؛ کسی که بتواند به نقد و بررسی شخصیت‌ها، ســـاختار، پی‌رنگ و درون‌مایه کمک کند. هرچقدر سابقه‌ی کاری‌تان در امر نشر بیشتر باشد، بیشتر بر این موضوع صحه خواهید گذاشت. وقتی انتشاراتی کتاب شما را خریداری می‌کند، آن را به فردی می‌دهد که در اِعمال اصلاحات ساختاری به شما کمک خواهد

کرد. مشاور ادبی کار شـــما را تصحیح نمی‌کند. او به شما می‌گوید که چرا فکر می‌کند کارتان باید تصحیح شـــود و بازســـازی و بازنویسی را به عهده‌ی خودتان می‌گذارد تا با سبک نوشتاری منحصر به فردتان این کار را انجام دهید.

کار مشـــاور ادبی با ویراســـتار ادبی فرق دارد. ویراستار ادبی به حل مشکلات موجود در سبک و نگارش می‌پردازد و اطمینان حاصل می‌کند که متن شما واضح، صحیح، موجز، قابل فهم و باثبات است.



ممکن است احساس کنید که لازم است پیش از اقدام برای فروختن داستان‌تان آن را از لحاظ ادبی و حرفه‌ای ویرایش کنید. اگر چنین حسی دارید، احتمالاً باید این کار را انجام دهید (حتی اگر چنین حســـی هم ندارید، ممکن اســـت باز هم مجبور باشید به این کار تن دهید). رَندی اولین رمانش را بدون کمک ویراســـتار کارمزدی به چاپ رساند. اما دو کتاب بعدی‌اش را به‌صورت مشترک با نویسنده‌ای دیگر نوشت و متوجه شد – پیش از ارائه‌ی اثر برای چاپ – حضور کسی با دیدگاهی انتقادی می‌تواند بسیار ارزشمند باشد. کمی بعد، او همکاری‌اش را با یک ویراستار کارمزدی آغاز کرد. رَندی فکر نمی‌کند که دوباره بخواهد نوشتن رمان را بدون وجود چنین ویراستاری تجربه کند.

ویراستار کارمزدی را از کجا باید پیدا کرد؟ می‌توانید در اینترنت جستجو کنید و اطلاعات تماس بســـیاری از آن‌ها را از این طریق پیدا کنید (اگر ویراســـتار خود را از این راه پیدا می‌کنید، حتماً ســـوابق او را بررســـی کنید یا از او معرفی‌نامه بگیرید و پیش از امضای قرارداد، همه جوانب را به‌خوبی بســـنجید). اگر عضو یک سازمان نویسندگی هستید – مثلاً نویسندگان آمریکایی رمان‌های عاشقانه (RWA) یا نویسندگان آمریکایی رمان‌های رمزآلود (MWA) – تعداد زیادی ویراســـتار بین اعضای سازمان خواهید یافت. بسیاری از رمان‌نویســـان توانمند به‌صورت پاره‌وقت به‌عنوان ویراستار کارمزدی فعالیت می‌کنند. شـــاید بتوانید از یکی از دوســـتان نویسنده‌ی خود تقاضا کنید شـــما را به یک ویراستار معرفی کند. شـــاید هم در یک همایش ادبی با چنین کســـی آشنا شوید. دپارتمان‌های ادبیات یا خبرنگاری بسیاری از دانشگاه‌ها نیز برای ویراستاران کارمزدی آگهی می‌زنند.



اگر تصمیم دارید یک ویراستار کارمزدی استخدام کنید، موارد زیر را در نظر بگیرید:

- ✓ دنبال کسی بگردید که عاشق داستان است، ژانر یا گونه‌ی داستانی شما را درک می‌کند و شما و نوشتارتان را می‌فهمد.
- ✓ دنبال کســـی باشید که میزان حساسیت شـــما به انتقادات را بداند و بتواند تندی زبان خود را با توجه به سپر دفاعی شما تنظیم کند تا ضمن ابراز نظراتش، شوق نوشتن را در شما خفه نکند.
- ✓ به ویراســـتار کارمزدی بگویید انتظار چه کاری را داریـــد. اگر فقط به تحلیلی از

ساختار داستان‌تان نیاز دارید، به او بگویید. اگر فکر می‌کنید شخصیت‌هایتان توجه بیشتری می‌طلبند، این موضوع را با او در میان بگذارید. اگر به تحلیل کاملی از کل داستان نیاز دارید، به او بگویید. رییس، شما هستید. بنابراین شما تصمیم می‌گیرید که ویراستار قرار است چه نوع کاری برایتان انجام دهد.

- ✓ حتماً پیش از شروع همکاری، نرخ کاری ویراستار را از او بپرسید و تعداد ساعاتی را که او صرف ارزیابی اثر شما خواهد کرد، تخمین بزنید. در ضمن از قبل مشخص کنید که از این ارزیابی انتظار چه نتیجه‌ای دارید. آیا فقط می‌خواهید به تغییراتی که باید بدهید اشاره شود یا می‌خواهید ویراستار خودش دست به‌کار شود و تغییرات لازم را در دست‌نوشته‌ی شما ایجاد کند؟
- ✓ از ویراستار تقاضای معرفی‌نامه کنید و سپس خودتان را با نویسنده‌ی معرفی‌نامه(ها) مقایسه کنید. ویراستار کارمزدی فقط از کسانی معرفی‌نامه می‌گیرد که کارش را قبول دارند. بنابراین باید ببینید که چقدر احتمال دارد همکاری‌اش با شما به‌خوبی همکاری‌اش با دیگر مشتریانش باشد.

یک ویراستار کارمزدی خوب می‌تواند شما را به‌سمتی سوق دهد که هرگز امکان نداشت به‌تنهایی به آنجا برسید. اما یک ویراستار کارمزدی بد صرفاً پول شما را هدر می‌دهد.

استخدام نمونه‌خوان کارمزدی

بعضی از نویسنده‌ها به نمونه‌خوان نیاز دارند. نمونه‌خوان کسی است که ایرادهای مربوط به علائم نگارشی، زبانی، دستوری و املایی را پیدا و تصحیح می‌کند. شاید حس کرده باشید که این جنبه‌های فنی کار از دیدتان پنهان می‌مانند. این باعث نمی‌شود که شما نویسنده‌ی بدی تلقی شوید. بسیاری از نویسندگان بزرگ از آموختن چنین مهارت‌هایی عاجز بوده‌اند. اگر گروه یا رفیق منتقدتان مدام چنین غلط‌هایی در کارتان پیدا می‌کند، ممکن است لازم باشد یک نمونه‌خوان حرفه‌ای استخدام کنید تا پیش از ارائه‌ی دست‌نوشته‌تان برای فروش آن را غلطگیری کند.

این به منزله‌ی پذیرفتن شکست معنوی یا فکری نیست؛ صرفاً پذیرفتن ایرادات فنی است. شمار قابل توجهی از رمان‌نویسان حرفه‌ای متناوباً برای رفع ایرادهای جزئی آثارشان نمونه‌خوان استخدام می‌کنند.

کار نمونه‌خوان این نیست که نوشتار شما را تغییر دهد. او به تحلیل ساختار داستانی، شخصیت‌ها یا درون‌مایه‌ی اثر نمی‌پردازد. نمونه‌خوان فقط به اصلاح آن ویرگول‌های اعصاب‌خردکن، غلط‌های املایی و ایرادهای نحوی می‌پردازد. اگر به نمونه‌خوان نیاز دارید، یک نفر را استخدام کنید. نمونه‌خوان را می‌توانید در همان جایی جستجو کنید که

ویراستار کارمزدی را از آنجا پیدا کردید (در قسمت بالا چند راه به شما پیشنهاد کردیم)؛ در اینترنت، در سازمان‌های نویســـندگی، از طریق دوستان و آشنایان، در همایش‌های ادبی یا دانشـــگاه‌ها. از نمونه‌خـــوان معرفی‌نامه بخواهید و اگر از عهده‌ی دســـتمزد او برمی‌آیید استخدامش کنید.

به‌عنوان آخرین نکته باید بگوییم که نمونه‌خوانی می‌بایست پس از ویرایش دست‌نوشته انجام شـــود، زیرا ویرایش یعنی تغییرات ساختاری، و اِعمال چنین تغییراتی با بازنویسی قســـمت‌های زیادی از متن همراه است. اگر ویرایش را پس از نمونه‌خوانی انجام دهید احتمالاً ایرادات جدیدی در نوشـــتارتان ایجاد می‌کنید که باعث می‌شـــود کار دوباره به نمونه‌خوانی بکشد.

نگاهی به سه سؤال حقوقی رایج

حالا دست‌نوشـــته‌ی شما ویرایش و پرداخت شـــده و آماده‌ی چاپ است. پیش از اینکه تصمیم بگیرید می‌خواهید از کدام فرایند نشـــر اســـتفاده کنید (در قســـمت بعد در این مـــورد توضیح می‌دهیم)، کمی تأمل کنید و حتماً چنـــد مورد حقوقی را که گاهی برای نویســـنده‌ها پیش می‌آید مورد بررســـی قرار دهید. این موارد باید پیش از شروع کار با نماینده‌ی ادبی، ویراستار، یا مؤسسات نشر مرتفع شوند.

هشـــدار: ما وکیل نیستیم و مطالب این کتاب هم نباید مشـــاوره‌ی حقوقی تلقی شود. برای اطلاعات بیشـــتر درباره‌ی قراردادها و مسائل حقوقی مربوط به امر نشر کتاب، با یک وکیل تماس بگیرید و یا کتاب *Getting Your Book Published For Dummies* (انتشـــارات وایلی) را مطالعه کنید. با تمام این‌ها، مایل‌ایم به تعدادی از ســـؤالات رایج مربوط به مســـائل حقوقی پاسخ دهیم. در ادامه بهترین برداشـــت خودمان را از چنین مسائلی عنوان کرده‌ایم:



- **آیا باید پیش از ارائه‌ی کتاب به نماینده یا ویراستار، آن را مشمول قانون حق تکثیر (Copyright) کنید تا از دزدیده شدن اثرتان توسط آن‌ها جلوگیری شود؟** خیر. طبق قانون حق تکثیر در آمریکا هر اثر به‌محض نوشـــته شـــدن به‌صورت خودکار مشمول این قانون می‌شود و نیازی نیست نویسنده با ثبت جداگانه‌ی آن، از آن محافظت کند. انجام چنین کاری مثل این است که با صدای بلند به همه‌ی دنیا بگویید: "من آدم تازه‌کاری هســـتم که می‌خواهم با شما همکاری حرفه‌ای داشـــته باشم، اما از اینکه شما کتابم را نمی‌دزدید مطمئن نیستم." پس از انتشار کتاب، معمولاً ناشـــر هزینه‌ی ثبت قانونی کتاب به نام شما را تقبل خواهد کرد.

- **آیا اجازه دارید رمان خود را بر اســـاس آدم‌ها و موقعیت‌های واقعی بنویسید؟** بســـتگی دارد و اگر در رابطه با موضوعی که می‌خواهید بنویسید تردیدی دارید،

بهتر اســـت با یک وکیل یا مشاور حقوقی مشورت کنید. افترا یعنی ادعای کذبی که چاپ یا (از رســانه‌ها) پخش می‌شود و به شهرت کسی لطمه وارد می‌کند. به افرادی که در قید حیات نیستند نمی‌شود افترا زد. بیان حقیقت درباره‌ی اشخاص مشهور افترا به حساب نمی‌آید (اما بهتر است بتوانید صحت گفته‌هایتان را اثبات کنید). اگر حقیقتی را درباره‌ی فرد زنده‌ای بگویید که مشهور نیست، گفته‌هایتان افترا محســوب نمی‌شــود. اما چنین کاری می‌تواند به منزلـــه‌ی تجاوز به حریم خصوصی افراد باشــد و ممکن است آن‌ها از شـــما شکایت کنند. در ضمن اقوامِ فردی که درگذشته است می‌توانند به اتهام تجاوز به حریم خصوصی‌شان از شماً شکایت کنند.



اگر اصرار دارید درباره‌ی افرادی بنویسید که مشهور نیستند، بهتر است هرچیزی را که می‌توانید تغییر دهید؛ اسامی، تاریخ‌ها، جنسیت افراد، اصالت قومی یا دیگر موارد خاصی که نشان می‌دهند شخصیت‌تان را از چه کسی الهام گرفته‌اید. البته می‌توانید از افراد اجازه هم بگیرید. اگر شـــخصیت داســـتان را بر اساس یک فرد حقیقی بنویســـید (کسی مثل خودتان یا نزدیکان‌تان) ممکن است شخصیتی که خلق می‌کنید به‌قدری ایده‌آل باشد که غیرواقعی به‌نظر رسد.

✓ **آیـــا می‌توانید از کتاب‌ها، مقالات موجود در روزنامه‌ها و مجلات یا متن ترانه‌ها نقل قول کنید؟** این مورد کمی پیچیده است. اصطلاح استفاده‌ی منصفانه توضیح می‌دهد که نقل قول از منابع محافظت شـــده توسط قانون حق تکثیر تا چه حد می‌تواند بی‌اشـــکال باشد. این موضوع به چند عامل بستگی دارد که موارد زیر از جمله‌ی آن‌هایند: میزان اســـتفاده از نقل قول، مقدار مطلب نقل شده از نسخه‌ی اصلی، تأثیر اقتصادی نقل قول بر منبع و غیره. نقل قول، امر پیچیده‌ای اســـت و بهترین راه این اســـت که برای آن مجوز بگیرید یا در موردش با یک کارشناس حقوقی مشورت کنید. نقل قول از متن ترانه‌ها اغلب دشوارتر است و معمولاً برای ایـــن کار باید هزینه پرداخت کنید. نقل قول از مطالبی که در محدوده‌ی مالکیت عمومی قرار دارند بلامانع اســـت (مطالبی که یا به‌قدری قدیمی‌اند که مشـــمول قانون حق تکثیر نمی‌شوند و یا از ابتدا – توسط نویسنده – در محدوده‌ی مالکیت عمومی انتشـــار یافته‌اند). با تمام این‌ها همچنان باید منبع اصلی مطلبی را که از محدوده‌ی مالکیت عمومی نقل می‌کنید ذکر کنید، تا به دزدی ادبی متهم نشوید.

اگر درباره‌ی هر مسئله‌ی حقوقی دیگری تردید دارید، با یک کارشناس حقوقی مشورت کنید.

نشر سنتی یا شخصی؟

در گذشــته، نویسنده دست‌نوشــته را آماده می‌کرد، آن را با پست برای ناشر می‌فرستاد و بــه خدا توکل می‌کرد. اما این روزها گزینه‌های دیگری هم وجود دارند. در ادامه این گزینه‌ها را برایتان توضیح می‌دهیم:

درک ساختار کاری نشر سنتی

ناشــرانی که برای نویســنده حق‌التألیف در نظر می‌گیرند، تمام خطرات احتمالی کار را متحمل می‌شوند و از سوی دیگر عمده‌ی سود حاصل از کتاب را نیز به خود اختصاص می‌دهند. این فرایند به‌طور خلاصه به‌شکل زیر اتفاق می‌افتد:

۱. نویسنده دست‌نوشته‌ی خود را کامل می‌کند (اگر آثارش قبلاً چاپ شده باشند و در زمینه‌ی تحویل به‌موقع کار ســابقه‌ی خوبی داشــته باشد، می‌تواند در این مرحله آن بخش از کتاب را که آماده اســت تحویل دهد و بقیه را در موعد مقرر تســلیم ناشر کند)، ســپس پیش‌طرح یا طرح پیشــنهادی خود را تنظیم و برای نماینده‌ی ادبی ارسال می‌کند.

اگر نماینده‌ی ادبی حاضر باشد با شما کار کند و پیگیری‌های انتشار کتاب‌تان را عهده‌دار شــود، با ویراستاران دبیر انتخاب کتاب در چند انتشارات مختلف تماس می‌گیرد. اگر هم دوســت نداشته باشــید با نماینده‌ی ادبی کار کنید، کارتان را، برای بررسی، مستقیماً به دبیر انتخاب کتاب ارائه می‌دهید. (در ادامه‌ی این فصل درباره‌ی نحوه‌ی نوشتن پیش‌طرح یا طرح پیشنهادی توضیح می‌دهیم.)

۲. دبیر انتخاب کتاب اثرتان را بررســی می‌کند. ســپس تصمیم می‌گیرد که آیا کتاب شــما قابل چاپ اســت و آیا در صورت چاپ، فروش آن برای انتشــارات ســودآور خواهد بود یا خیر. کار ناشر این نیست که تلاش کند آرزوی شما برای چاپ اثرتان به حقیقت بپیوندد. ناشر می‌خواهد از کار خود پول دربیاورد. اگر حس کند که چاپ اثر شما برایش پول‌ساز نیست، صرفاً در این راستا تلاشی نمی‌کند.

ناشران به‌طور میانگین انتظار دارند هر کتاب (حداقل) فروشی معادل هشت هزار نسخه طی سه سال داشته باشد تا آن‌ها بتوانند از عهده‌ی هزینه‌های چاپ برآیند و به سوددهی برسند (حداقل رقمی که اکثر چاپخانه‌ها در نظر می‌گیرند نیز شش تا هشت هزار نسخه است). البته بدیهی است که هرچه انتشارات عظیم‌تر باشد، شمارگان کتابی که باید در آن سه سال چاپ کند و به فروش برساند بیشتر است. اما اکثر انتشاراتی‌ها اسم و رسم آنچنانی ندارند.

دبیر انتخاب کتاب اغلب باید برای چاپ یک کتاب نظر مثبت کمیته‌ی نشر را هم

جلب کند. افرادی که معمولاً در کمیته‌ی نشـــر حضور دارند عبارتند از: مسئولان اجرایی انتشارات، مدیر بازاریابی، مدیر فروش، سردبیر و سایر ویراستاران.

۳.اگر ناشر تصمیم بگیرد دست‌نوشـــته‌ی شما را چاپ کند، سردبیر با نماینده‌ی ادبی‌تان تماس می‌گیرد (اگر نماینده نداشته باشید، با خودتان تماس می‌گیرد) و پیشنهاد همکاری می‌دهد.

پیشـــنهاد همکاری با یـــک قرارداد کتبی مفصل همراه اســـت که تمام جزئیات تفاهم بین طرفین در آن ذکر شـــده اســـت. ناشر درصد فروش خاصی را به شما پیشـــنهاد می‌دهد (منظور درصدی از فروش هر جلد کتاب اســـت). معمولاً ناشر پیش‌پرداختی هم به نویســـنده پیشنهاد خواهد داد که مقدار آن از درصد فروش نهایی کســـر خواهد شـــد. پیش‌پرداخت مبلغ ثابتی است که ناشر پیش از کسب هرگونه درآمدی از کتاب، به نویسنده می‌پردازد.

اگر درصد فروش متعلق به شـــما به انـــدازه‌ی پیش‌پرداختی که دریافت کرده‌اید نرسد، ناشر مابه‌التفاوت آن را از شما پس نخواهد گرفت. بنابراین ناشر با پیشنهاد پیش‌پرداخت و تقبل حق‌الزحمه‌ی ویراســـتاران، تیم بازاریابی، نیروهای فروش و چاپخانه خطر می‌کند و احتمال ضرر کردن را درنظر می‌گیرد.

۴. شـــما یا نماینـــده‌ی ادبی‌تان درباره‌ی مفاد قرارداد با ناشـــر رایزنی می‌کنید تا تفاهمی حاصل شود که هر دو طرف از آن راضی باشند.

سپس قرارداد را امضا می‌کنید و در فرایند تکمیل، ویرایش، چاپ و عرضه و تبلیغ کتاب با ناشر همکاری می‌کنید. نماینده‌ی ادبی شما درصد ثابتی از هر مبلغی که ناشـــر به شما پرداخت کند را به خود اختصاص خواهد داد (که معمولاً ۱۵ درصد است، اما ممکن است درصدهای متفاوت دیگری هم وجود داشته باشد).

تدابیر بالا مشـــخصاً برای شمای نویسنده خطر چندانی به همراه ندارند. فقط ناشر است که ســـرمایه‌ی خود را درگیر کار می‌کند. شـــما از وقت و توان خود مایه می‌گذارید، اما هیچ هزینه‌ی نمی‌کنید. اگر انتشـــار کتاب با شکست مواجه شود، تنها چیزی که شما از دست داده‌اید وقت و انرژی‌تان است.



درآمدی که از انتشار سنتی کتاب خود به‌دست می‌آورید، بخش کوچکی از فروش کلی آن اســـت. در این فرایند ناشر بیشتر از هرکسی خطر می‌کند و به همین دلیل بیشترین سهم را نیز از سود حاصل خواهد داشت. ناشر خدمات ویراستاری و طراحی جلد را فراهم می‌کند و هزینه‌های بازاریابی، فروش، تولید و تبلیغات را نیز تقبل می‌کند. در این میان از شما انتظار می‌رود در تبلیغات همکاری کنید، اما کسی از شما نمی‌خواهد که برای آن هزینه کنید (البته اگر فکر می‌کنید این کار برایتان مفید است، می‌توانید انجامش دهید).

درک ساختار کاری نشر شخصی



طبعاً مجبور نیستید با یک ناشر سنتی کار کنید و از او درصد فروش بگیرید. ممکن است از خود بپرسید که چرا باید کاری را که بهتر از هر کس دیگری از عهده‌اش برمی‌آید به دیگری واگذار کنید. می‌توانید یک ویراستار کارمزدی استخدام کنید تا کمک‌تان کند از دست‌نوشته‌تان یک شاهکار پرداخت شده بسازید. می‌توانید یک طراح گرافیک استخدام کنید تا طراحی جلد و صفحات را انجام دهد. می‌توانید حروف‌چین، مسئول چاپ، انباردار، کارشناس بازاریابی و مسئول تبلیغات استخدام کنید و کسی را هم به‌عنوان مسئول رسیدگی به توزیع‌کننده‌ها به خدمت بگیرید.

اگر مهارت‌های لازم را داشته باشید، حتی می‌توانید بعضی (یا تمام) کارهای بالا را خودتان بر عهده بگیرید. کسی به شما پیش‌پرداخت نمی‌دهد، اما تمام سود حاصل از کتاب – که ممکن است مبلغ قابل توجهی هم باشد – به خودتان تعلق می‌گیرد.

در طول چند دهه‌ی گذشته، فناوری کامپیوتری به صنعت نشر هجوم آورده و تعداد زیادی از نویسندگان کوشیده‌اند کتاب خود را به‌صورت شخصی به چاپ برسانند و ناشر خود باشند. شماری از این نویسندگان موفقیت‌های چشمگیری از چاپ کتاب‌هایشان به‌دست آورده‌اند. اما دقت کنید که اکثر کتاب‌های موفقی که به‌صورت شخصی به چاپ رسیده‌اند، کتاب‌های غیر داستانی بوده‌اند. کسب موفقیت از طریق چاپ شخصی یک رمان بسیار دشوارتر از این حرف‌هاست.

در نشر شخصی دو گزینه پیشِ روی شماست. می‌توانید تعداد زیادی کتاب را یکجا چاپ کنید یا با چاپخانه‌ای قرارداد چاپ بنا بر تقاضا ببندید (که در این صورت چاپخانه هر تعداد نسخه‌ای را که بخواهید، در هر زمانی‌که بگویید برایتان چاپ خواهد کرد). یکجا چاپ کردن چند هزار جلد کتاب هم هزینه‌ی زیادی به همراه دارد و هم باعث زحمت می‌شود. اما هزینه‌ای که بابت چاپ هر جلد کتاب متقبل می‌شوید نسبت به هزینه‌های چاپ بنا بر تقاضا بسیار کمتر است. چاپ بنا بر تقاضا روزبه‌روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا راه نسبتاً کم هزینه‌ای برای منتشر کردن کتاب است.

چیزی که پیچیدگی امر نشر را افزایش می‌دهد پذیرفته شدن کتاب‌های الکترونیکی (ebook) توسط بازار است. کتاب‌های الکترونیکی را می‌توان با هزینه‌ی بسیار اندک تولید و توزیع کرد. آمازون کیندل (Amazon Kindle) و دیگر تبلت‌های الکترونیکی نوید دگرگونی دنیای نشر را ظرف چند سال آینده می‌دهند. امروزه در اکثر قراردادهای نشر، جزئیات حقوقی تولید کتاب الکترونیکی هم ذکر می‌شود. هنوز مشخص نیست که کتاب‌های الکترونیکی در آینده چه کسری از بازار نشر را به خود اختصاص خواهند داد، اما بسیاری از افراد معتقدند این نوع کتاب کم‌کم بخش مهمی از بازار را تصاحب خواهد کرد.

چرا همه‌ی نویسنده‌ها کتاب‌هایشـــان را به‌صورت شخصی چاپ نمی‌کنند تا تمام سود حاصل را به خود اختصاص دهند؟ پاسـخ این سـؤال ساده اسـت: نشر کار پرزحمتی اسـت. ویرایش، کارهای گرافیکی، بازاریابی، فروش و تبلیغات، همه مهارت‌های کاملاً تخصصی‌ای هسـتند که استاد شدن در آن‌ها زمان و زحمت زیادی می‌طلبد. در ضمن، نشـر فرایند پرمخاطره‌ای است و چاپ داستان/رمان یکی از پرمخاطره‌ترین بخش‌های این صنعت اسـت. موفقیت اکثر رمان‌ها انتظارات ناشر را برآورده نمی‌کند. این موضوع در عظیم‌ترین مؤسسات انتشاراتی و به‌خصوص برای ناشران شخصی هم صادق است.



بزرگ‌ترین مشـکلی که رمان‌نویس با آن مواجه است دشـواری بازاریابی برای رمان اسـت. نویسـندگان بسـیار کمی بوده‌اند که از نشر شـخصی آثار خود موفقیت‌های چشـمگیری به‌دست آورده‌اند. (*کلبه*، نوشـته‌ی ویلیام پاول یانگ، از معدود رمان‌هایی اسـت که به‌صورت شخصی منتشر شده اسـت. طبق گزارش‌ها این کتاب فقط در دو سال اول انتشـار خود بیش از ۶ میلیون نسخه فروش داشته است.) اما اکثر رمان‌هایی که به‌صورت شخصی منتشر می‌شوند، تنها فروشی بین ده تا چند صد نسخه دارند. این تعداد نسخه را هم فقط به دوستان و اقوام و آشنایان می‌توان فروخت.

ما معتقدیم که نشر شخصی گاهی می‌تواند از نظر تجاری گزینه‌ی مناسبی باشد و این در صورتی اسـت که بازاریابی بتواند سکوی پرتاب خوبی برای کتاب فراهم کند. توجه داشـته باشید که ساختن سکوی پرتاب توسـط بازایابی، برای کتاب‌های غیر داستانی آسان‌تر است.

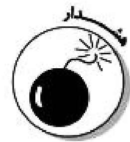
آیا باید رمان‌تان را به‌صورت شخصی منتشر کنید؟ اگر یکی از موارد زیر صادق باشند، شاید:

- ✓ اطمینـان دارید که می‌توانید بازار خوبی برای تعداد زیادی از نسـخه‌های کتاب خود پیدا کنید.
- ✓ به شمارگان اندکی برای خود، دوستان و اقوام‌تان نیاز دارید.
- ✓ می‌خواهید اختیار و مالکیت کارتان و فرایند خلاقی که در بطن آن نهفته اسـت، صرفاً متعلق به خودتان باشد.

مراقب ناشران الکی باشید!

شـاید در مجلات به آگهی‌هایی برخورده باشید که ادعا می‌کنند می‌توانند بدون اینکه کتاب‌تان را ببینند یا سـؤالی درباره‌اش بپرسـند آن را منتشر کنند. آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید "ناشری" که نمی‌داند کتاب شما به درد می‌خورد یا نه، چطور قرار است پول دربیاورد؟

این ناشـــران خود را به مخاطره نمی‌اندازند؛ این شـــمایید که به خطر می‌افتید. این شما هســـتید که برای چاپ کتاب‌تان سرمایه‌گذاری می‌کنید. "ناشر" صرفاً کتاب را می‌گیرد و چاپ می‌کند. در بدترین موارد اصلاً کتاب ویرایش نمی‌شـــود. اگر هم ویرایشی انجام شود، هزینه‌اش را شما پرداخت می‌کنید. ناشر یک طرح جلد آماده می‌کند، اما هزینه‌اش را شما می‌پردازید. پول چاپخانه، کاغذ و انبار را هم شما می‌دهید. در بدترین موارد شما مجبورید نســـخه‌های کتاب را از ناشـــر خریداری کنید (حتی با اینکه قبلاً بابت تهیه‌ی آن‌ها پول داده‌اید). تازه در اکثر موارد، این ناشـــران برای حمایت از فروش کتاب شـــما هیچ زحمتی نمی‌کشند (نه بازاریابی انجام می‌دهند، نه فعالیت تبلیغاتی می‌کنند، نه تیم فروش تشـــکیل می‌دهند و نه با توزیع‌کننده‌ها قرارداد می‌بندند). به این دسته از ناشران اغلب لقب ناشران هرز داده می‌شود (خصوصاً آن‌هایی که حاضرند هرچیزی را، بدون در نظر گرفتن کیفیت آن منتشـــر کنند)، زیرا خواسته‌ی کسی را که می‌خواهد اثرش به هر قیمتی که شده منتشر شـــود، لبیک می‌گویند. به این دسته از ناشران، ناشران یارانه‌ای هم می‌گویند. بعضی از ناشـــران یارانه‌ای نســـبت به مطالبی که منتشر می‌کنند بسیار سختگیرند و بادقت به کنترل کیفی آثار می‌پردازند.



کتاب فروشـــی‌ها معمولاً به ناشران الکی سفارش کتاب نمی‌دهند، زیرا کتاب‌های آن‌ها کنترل کیفی نمی‌شود. کتاب فروشی‌ها کتابی را که نتوانند بفروشند خریداری نمی‌کنند. شما هم اگر کتاب‌فروشی داشتید، چنین کاری نمی‌کردید.

اگر در اینترنت جستجو کنید به مجادلات بسیاری برمی‌خورید با این موضوع که آیا نشر الکی (یا یارانه‌ای) برای نویسنده مفید است یا خیر. بعضی از نویسنده‌ها معتقدند که این نوع نشـــر همیشه گزینه‌ی بدی است. دیگران بر این باورند که نشر طیف گسترده‌ای از ناشران را در برمی‌گیرد و بعضی از ناشران یارانه‌ای شایستگی کافی دارند.

آیا باید با یک ناشر الکی یا یارانه‌ای کار کنید؟ اگر می‌خواهید اثرتان را به‌صورت شخصی منتشـــر کنید اما ترجیح می‌دهید مراحل تولید را – که ناشـــران شخصی باید خودشان عهده‌دار شوند – بر عهده‌ی کس دیگری قرار دهید، شاید. (در قسمت قبلی به تعدادی از دلایلی که باعث می‌شـــوند نویســـنده به نشر شـــخصی روی بیاورد اشاره کرده‌ایم.)



اگـــر دلتان می‌خواهد با یک ناشـــر الکی یا یارانه‌ای همکاری کنیـــد، جانب احتیاط را رعایت کنید و از آن‌ها سؤالات زیادی بپرسید. حتی شاید بهتر باشد که از افراد حرفه‌ای دست‌اندرکار صنعت نشر درباره‌ی انتشارات مورد نظرتان پرس‌وجو کنید. نویسنده‌هایی کـــه قبلاً آثار خود را چاپ کرده‌اند یا نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتابی که برای ناشران ســـنتی کار می‌کنند، تجربه‌ی زیادی دارند و می‌توانند حرف راست را از ادعای کذب باز شناسند. (این موضوع درباره‌ی انتخاب نماینده‌ی ادبی یا ناشر سنتی هم صدق می‌کند؛ اگر از سوابق نماینده یا ناشر سنتی آگاهی ندارید، در مورد آن‌ها تحقیق کنید.)

توصیه‌ی ما

ما بر این باوریم که معمولاً بهترین راه پیشِ پای نویسنده کار کردن با ناشران سنتی‌ای است که درصد فروش می‌پردازند، خطرات کار را متحمل می‌شوند و زحمت بازاریابی کتاب را بر عهده می‌گیرند. تقریباً تمام رمان‌هایی که به واسطه‌ی ناشران سنتی منتشر می‌شوند ده‌ها تا صدها هزار نسخه فروش می‌کنند. تقریباً تمام رمان‌هایی که به‌صورت شخصی منتشر می‌شوند ده تا چند صد نسخه می‌فروشند. فکر نمی‌کنیم برای تشخیص گزینه‌ی بهتر نیازی به چرتکه داشته باشید.

اگر تصمیم بگیرید با ناشر سنتی کار کنید، باید ناشری پیدا کنید که او هم مایل به همکاری با شما باشد. اکیداً توصیه می‌کنیم برای فروختن کتاب خود به ناشر، یک نماینده‌ی ادبی استخدام کنید. (در فصل ۱۷ درباره‌ی نماینده‌های ادبی صحبت خواهیم کرد.) این روزها هنوز فروختن رمان بدون کمک نماینده‌های ادبی ممکن است، اما نسبت به گذشته سخت‌تر شده است. امروزه اکثر رمان‌هایی که توسط ناشران سنتی پذیرفته می‌شوند، به واسطه‌ی نماینده‌ی ادبی ارائه شده‌اند.

برای استخدام نماینده‌ی ادبی معمولاً باید ابتدا یک پیش‌طرح برای او ارسال کنید. در ادامه در این مورد توضیح می‌دهیم.

اولین تماس: نوشتن پیش‌طرح

وقتی برای اولین بار با یک نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب تماس می‌گیرید، معمولاً باید *پیش‌طرح* خود را تقدیم آن‌ها کنید؛ پیش‌طرح مقدمه‌ی کوتاهی است که درباره‌ی شما و اثرتان شرح مختصری می‌دهد و می‌پرسد که آیا طرف مقابل مایل است اطلاعات بیشتری دریافت کند یا خیر. (در فصل ۱۷ بیشتر درباره‌ی دبیران انتخاب کتاب و نماینده‌های ادبی توضیح می‌دهیم. همیشه نگاهی به وب‌سایت مؤسسه‌ی ادبی یا انتشارات بیندازید و ببینید ترجیح می‌دهند چطور با آن‌ها تماس گرفته شود. دستورات را موبه‌مو اجرا کنید.) ارائه‌ی همزمان پیش‌طرح به بیش از یک نماینده‌ی ادبی بلامانع است. در واقع ما اکیداً توصیه می‌کنیم که همزمان با چند نماینده تماس بگیرید، زیرا اغلب آن‌ها دیر پاسخ‌تان را خواهند داد.

هدف از نوشتن یک پیش‌طرح این است که نماینده یا دبیر انتخاب کتاب را وادار کنید اطلاعات بیشتری را از شما طلب کند. باید تا جایی که می‌توانید مختصر بنویسید. مسئولان امر نشر اغلب بسیار درگیر هستند و روزانه چندین پیش‌طرح دریافت می‌کنند. هرچه سریع‌تر بتوانند درباره‌ی پیش‌طرح تصمیم بگیرند، بیشتر از شما خوش‌شان می‌آید. اگر هم بخواهند بیشتر بدانند، از شما اطلاعات بیشتری طلب خواهند کرد.

برای شـرح دقیق نحوه‌ی نوشـتن پیش‌طرح، پیشـنهاد می‌کنیم کتـاب الکترونیکی *How to Write a Great Query Letter* – بـه قلـم یک نماینـده‌ی ادبی به نام نُوآ لوکمن– را بخوانید. این کتاب در وب‌سایت amazon.com موجود است.

می‌توانید پیش‌طرح را با پسـت معمولی یا از طریق ای‌میل ارسال کنید. وب‌سایت ناشر یا نماینده‌ی ادبی به شما خواهد گفت که آن‌ها کدام را ترجیح می‌دهند. اگر می‌خواهید نسخه‌ی کاغذی پیش‌طرح خود را بفرستید، به این طریق عمل کنید: دو و نیم سانتی‌متر حاشـیه از طرفین کاغذ در نظر بگیرید و متن را به‌صورت تک فاصله‌ای، با فونت خوانا، استاندارد و با اندازه‌ی ۱۲ بنویسید.

✓ **در بالای صفحه یک سربرگ بسازید.** سربرگ باید حاوی اطلاعات زیر باشد:

- نام
- آدرس پستی
- شماره تلفن
- آدرس الکترونیک

اندازه‌ی فونتی که نام خود را با آن می‌نویسید می‌تواند کمی بزرگ‌تر از ۱۲ باشد، در حالی‌که اندازه‌ی فونتی که اطلاعات تماس خود را با آن می‌نویسـید می‌تواند از ۱۲ کوچک‌تر باشد.

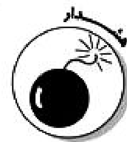
✓ **نامه را خطاب به شـخص نماینده یا دبیر انتخاب کتاب بنویسید.** نام آن‌ها را درسـت هجی کنید. اگر نامه را خطاب به دبیر انتخاب کتاب می‌نویسـید، خوب است که با شماره تلفن اصلی ناشر تماس بگیرید (به خودِ دبیر انتخاب کتاب تلفن نکنید) و اطمینان حاصل کنید که ویراستار مورد نظرتان هنوز هم برای آن‌ها کار می‌کند و عنوان کاری‌اش همچنان همان است که شما فکر می‌کنید. ویراستاران محل کار خود را زیاد عوض می‌کنند و مطمئناً شـما نمی‌خواهید با کسی تماس بگیرید که ماه‌ها پیش محل کارش را ترک کرده است.

✓ **متن نامه را با یک طعمه شـروع کنید؛ جمله‌ای که بلافاصله توجه طرف مقابل را به خود جلب می‌کند.** اگر با نماینـده‌ی ادبی تماس می‌گیرید، طعمه‌ی خوب می‌تواند این باشـد که یکی از مشتریان قبلی‌اش او را به شما معرفی کرده است. طعمه می‌تواند نکته‌ی شگفت‌انگیزی درباره‌ی رمان‌تان باشد، یا خطّ داستانی‌تان، یا موضوع جالب توجهی درباره‌ی خودتان. طعمه را با یکی دو جمله – که آن را کمی بسط می‌دهند – ادامه دهید.

✓ **یک‌چهارم اول دست‌نوشـته‌تان را در یک بند خلاصه کنید و سؤال داستانی رمان را در انتهای این بند بیاورید.** روی نمای کلی کار تمرکز کنید – نه جزئیات

آن – و تا جایی که می‌توانید کوتاه بنویســـید. چیزی که می‌نویســـید باید تقریباً بســـط خطّ داستانی یک‌خطی شما باشـــد (که درباره‌ی آن در فصل‌های ۸ و ۱۳ صحبت کردیم). متن پیش‌طرح را (درســـت مثل خلاصه‌ی داستانی) با فعل‌های زمان حال بنویسید.

✓ **یک بند دیگر بنویســـید و در آن از خودتان بگویید.** اگر می‌توانید دلیل محکمی بیاورید که ثابت کند از میان همه‌ی آدم‌های ســـاکن در این کره‌ی خاکی شـــما بهترین کسی هستید که می‌تواند این رمان را بنویسد، آن دلیل را بنویسید. مثلاً اگر پلیس هســـتید (یا یک پلیس بازنشسته) و یک داســـتان رمزآلود با زمینه‌ی عملیات پلیسی نوشته‌اید، شـــغل شما می‌تواند دلیل بسیار موجهی به‌شمار بیاید. اگر در گذشـــته رمان یا داستانی کوتاه در یک نشریه‌ی ادبی خوب چاپ کرده‌اید، به این موضوع اشاره کنید.



تسلیم وسوسه‌های خود نشـــوید! مثلاً نگویید که مادرتان خیلی عاشق داستانی که نوشـــته‌اید شده است. ننویسید که از وقتی چهار سالتان بوده شروع به داستان خواندن کرده‌اید. ویراســـتار حرف‌هایتان را بـــاور می‌کند، زیرا او تا کنون هزاران پیش‌طرحِ نوشته شده توسط امثال شما را خوانده است. او می‌خواهد بداند که چه چیزی شما را از نویسندگان دیگر متمایز می‌کند. همان چیز را به او بگویید. سعی نکنید عجیب و غریب و مرموز جلوه کنید. خودتان باشید.

✓ **نامه را با درخواســـت اجازه برای اطلاعات بیشتر به پایان ببرید.** جمله‌ای مانند "اگر مایل باشـــید، می‌توانم چند فصل نمونه، خلاصه‌ی داســـتان و یا یک طرح پیشنهادی هم برایتان ارســـال کنم."، می‌تواند گزینه‌ی بسیار خوبی برای پایان بخشیدن به متن نامه باشد.



وقتی پیش‌طرح می‌نویســـید، ســـعی کنید متن، مختصر، واضح و حرفه‌ای باشد و آن را طوری بنویســـید که برای دریافت‌کننده‌اش مناسب باشـــد. نوشتن شانصدهزار عدد پیش‌طرح برای نویسنده‌ها کاری ندارد. بنابراین اگر پیش‌طرح می‌نویسید، سعی کنید به آن جنبه‌ی شـــخصی ببخشید تا نماینده‌ی ادبی بفهمد که شما برای کارتان دلیل دارید؛ آن هـــم دلیلی غیر از وجود نام او در آگهی‌های روزنامه. دبیر انتخاب کتاب یا نماینده‌ی ادبی به دنبال کوچک‌ترین نشـــانه‌ای است که ثابت کند شـــما تکلیفی را که انتشارات برایتان در نظر گرفته درســـت انجام نداده‌اید. هیچ چیز بیشـــتر از پیش‌طرحی که علناً معلوم است به‌شکل سَرسَری برای همه ارسال شده فریاد نمی‌زند: "با من کار نکنید!"



در زیر یک نمونه از پیش‌طرح‌هایی که رَندی برای رمان *اکســـیژن* نوشته، آمده است. رَندی این رمان را مشـــترکاً با جان بی. اولســـن نگاشته اســـت. البته متنی که در زیر می‌خوانید نسخه‌ی ساده شده‌ی نامه‌ای است که رَندی و جان هنگام ارائه‌ی اثرشان به

استیو لاؤب نوشتند:

جناب آقای لاؤب،

رفتن به مریخ آســان است. مهندسان ناســا از دهه‌ی ۱۹۹۰ فهمیدند که چطور می‌شود بشــر را، توســط طرح مأموریتی که دکتر رابرت زوربین رییس انجمن مریخ خلق کرده، به این ســیاره‌ی سرخ فرستاد. قسمت سخت کار این است که فضانوردان را زنده به مریخ برسانیم.

اکســیژن، رمان مهیج علمی‌مان، داســتان چهار فضانورد است که، در ژانویه‌ی ســال ۲۰۱۴ از کِــیپ کاناوِرال، زمین را به مقصد مریخ ترک می‌کنند. کمی پس از پرتاب و اتمام پاشش انژکتوری، انفجاری سبب می‌شود سرنشینان دریابند اکســیژن کافی برای رسیدن به مقصد ندارند و سوخت‌شان هم برای بازگشت به زمین کافی نیست. چیزی که به وخامت اوضاع دامن می‌زند این است که ظاهراً یکی از سرنشــینان سیستم‌ها را به‌عمد دستکاری کرده است. تنها یک راه برای رسیدن به مریخ باقی می‌ماند: یکی از اعضا باید سه نفر دیگر را با دارو به حالت کما فرو ببرد. اما اول باید تصمیم بگیرند که چه کسی قابل اعتمادتر است.

ســوابق: رَندی دکترایش را در رشته‌ی فیزیک از دانشگاه برکلی آمریکا دریافت کرده و جان فارغ‌التحصیل رشته‌ی بیوشیمی از دانشگاه مَدیسن است. هردوی ما عضو انجمن مریخ هســتیم و با دکتر رابرت زوربین هم در یکی از همایش‌های اخیــر انجمن گفت‌وگو کرده‌ایم. رَندی یک رمان ســفر زمانی به نام *تخلف* هم منتشر کرده است.

اجازه هســت چند فصل نمونه را به همراه خلاصه‌ی داستان یا طرح پیشنهادی کامل خود تقدیم حضورتان کنیم؟

با احترام

رَندی اینگـِرمَنسن و جان بی. اولسن

تنظیم طرح پیشنهادی

اگر نماینده‌ی ادبی از پیش‌طرح شــما خوش‌اش بیاید، اطلاعات بیشتری را درخواست خواهد کرد. می‌پرسید چه جور اطلاعاتی؟ بستگی دارد که او چرا به (کار) شما علاقه پیدا کرده اســت و نیز به اینکه چه اطلاعاتی را لازم می‌داند. همچنین اطلاعات درخواستی نماینده می‌تواند به انتظارات ناشــرانی که او ممکن اســت کتاب شما را نزد آن‌ها ببرد بســتگی داشته باشد. موضوع کمی پیچیده اســت و در ضمن گونه‌ی اطلاعات خاصی وجود ندارد که برای همه‌ی موقعیت‌ها مناسب باشد.

در این قسمت، بیشتر اطلاعاتی را که احتمالاً باید ارسال شود توصیف می‌کنیم. ممکن است بعضی از نماینده‌ها اطلاعات کمتری از شما بخواهند، اما فکر نمی‌کنیم کسی چیزی بیشتر از آنچه ما در این قسمت گنجانده‌ایم انتظار داشته باشد. به بسته‌ی اطلاعاتی بیشینه‌ی طرح پیشنهادی گفته می‌شود؛ طرح پیشنهادی یعنی طرح تجاری رمان شما. در این طرح، فعالیت تجاری مشترکی بین ناشر و نویسنده توصیف می‌شود. تمام اطلاعاتی که نماینده‌ی ادبی برای فروش یک رمان نیاز دارد نیز در طرح پیشنهادی موجود است. همچنین کلیه‌ی داده‌های مورد نیاز دبیر انتخاب کتاب برای تصمیم‌گیری درباره‌ی ایده‌ی یک رمان و عرضه‌ی آن به کمیته‌ی نشر، در طرح پیشنهادی ذکر می‌شود. (در فصل ۱۷ درباره‌ی نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب بیشتر توضیح داده‌ایم.)

نماینده‌ی ادبی از اطلاعاتی که در اختیارش قرار می‌گیرد به دو منظور استفاده می‌کند:

- ✓ تصمیم‌گیری برای قبول نمایندگی شما
- ✓ برای فروختن رمان به ناشر. بعضی از نماینده‌های ادبی قسمتی از اطلاعات دریافتی (یا کل آن) را مستقیماً به دبیر مسئول آن در انتشارات می‌دهند. دیگر نماینده‌ها اطلاعات را پیش از ارائه به ناشر، دسته‌بندی می‌کنند. هر نماینده‌ای سبک کاری خاص خودش را دارد.

مطالبی که باید در طرح پیشنهادی ذکر شود

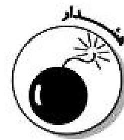
هیچ قالب یا دستورالعمل ثابتی برای تعیین مطالبی که باید در طرح پیشنهادی ذکر شوند وجود ندارد. اما اصلی‌ترین مواردی که ممکن است از شما خواسته شود در ادامه آمده است. ممکن است فقط چند مورد از این‌ها را از شما درخواست کنند، اما شما پیش‌دستی کنید و قبل از ارسال پیش‌طرح آن‌ها را آماده نمایید:

- ✓ نامه‌ی معرفی
- ✓ صفحه‌ی عنوان حاوی اطلاعات تماس
- ✓ یک صفحه خلاصه‌ی اجرایی
- ✓ تحلیلی از بازار و رقبا
- ✓ اسکچ شخصیت‌ها
- ✓ خلاصه‌ی دو صفحه‌ای داستان
- ✓ سوابق حرفه‌ای شما در زمینه‌ی نویسندگی

- ✓ هر گونه اطلاعات درباره‌ی نحوه‌ی کمک شما به فرایند بازاریابی کتاب
- ✓ فصل‌های نمونه (معمولاً سه فصل یا سه صفحه‌ی اول را باید بفرستید، اما گاهی هم لازم است کل دست‌نوشته‌ی پرداخت شده را ارسال کنید؛ مقدار متن ارسالی به‌نظر نماینده بستگی دارد.)



همان مقدار مطالبی را بفرستید که نماینده از شما خواسته است. او در پاسخ به پیش‌طرح شما خواهد گفت که به چه مدارک و مطالبی نیاز دارد. اگر نماینده‌ای که در یک همایش ادبی ملاقات کرده‌اید از شما اطلاعات بخواهد، فهرستی از موارد مورد نیاز خود را به شما خواهد داد.



برای کتاب طرح روی جلد درست نکنید. گل، شیرینی، شکلات و هیچ نوع کادوی دیگری برای نماینده نفرستید. (بله، باید بگوییم تمام این موارد قبلاً بارها انجام شده‌اند و همه‌شان داد می‌زنند که "من خیلی ناشی‌ام".) اگر شما مثل ناشی‌ها رفتار کنید، نماینده هم برخوردی شایسته‌ی تازه‌کارها با شما خواهد داشت. اما اگر از خود رفتار حرفه‌ای نشان دهید، نماینده هم شما را به چشم یک حرفه‌ای خواهد دید. توصیه می‌کنیم هر چیزی که برای نماینده می‌فرستید جنبه‌ی تجاری داشته باشد و مختصر و مفید جلوه کند.

نامه‌ی معرفی: به نماینده یادآوری کنید که هستید

نامه‌ی معرفی به نماینده یادآوری می‌کند که شما که هستید و برای او توضیح می‌دهد اطلاعاتی را که وی – پس از خواندن پیش‌طرح‌تان یا ملاقات حضوری با شما – درخواست کرده بود، به پیوست ارسال کرده‌اید. نامه‌ی معرفی و پیش‌طرح تقریباً یکسان هستند (برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی محتوای پیش‌طرح کمی به عقب بروید و قسمت "اولین تماس: نوشتن پیش‌طرح" را مطالعه کنید). در بند اول نامه‌ی معرفی به نماینده یادآوری کنید که خودش از شما درخواست اطلاعات بیشتری کرده است. در بند آخر نیز توضیح دهید که چه مطالبی را به پیوست ارسال کرده‌اید.

صفحه‌ی عنوان

در صفحه‌ی عنوان باید نام، آدرس پستی، شماره‌ی تلفن و آدرس ای‌میل خود را در گوشه‌ی بالایی سمت راست صفحه بنویسید (سمت چپ در زبان انگلیسی). تمام این موارد باید به‌صورت تک فاصله‌ای و با جهت راست به چپ (چپ به راست در انگلیسی) نوشته شوند.

چند خط فاصله بگذارید و سپس عنوان رمان خود را با فونت درشت بنویسید (اگر عنوان

کوتاه باشد، فونت ۳۶ اندازه‌ی مناسبی خواهد بود). عنوان را با حروف مورب بنویسید و آن را در مرکز صفحه قرار دهید.

خلاصه‌ی اجرایی

در صفحه‌ی خلاصه‌ی اجرایی باید با تیتر درشتی در وسط خط بنویسید "خلاصه‌ی اجرایی" (یا عبارتی مشابه آن). خلاصه‌ی اجرایی را به یک صفحه محدود کنید و سعی کنید تا جایی که می‌توانید آن را واضح و موجز بنویسید.



خلاصه‌ی اجرایی در واقع "طرح پیشنهادی‌ای است که در بطن طرح پیشنهادی اصلی" قرار دارد و کتاب شما را به‌خوبی توجیه و حمایت می‌کند.

خلاصه‌ی اجرایی باید اطلاعات زیر را در خود بگنجاند. ما دوست داریم از قالبی دو ستونه استفاده کنیم که در آن عناوین فرعی در ستون سمت راست می‌آیند و اطلاعات مربوط به هر عنوان در ستون سمت چپ و در مقابل آن عنوان نوشته می‌شود (در انگلیسی برعکس است).

- ✓ **عنوان موقت:** این عنوانی است که فعلاً برای کتاب‌تان در نظر گرفته‌اید. ناشران اغلب فکر می‌کنند که می‌توانند عناوین بهتری برای کتاب‌ها پیدا کنند. بنابراین عنوان فعلی به احتمال زیاد تغییر خواهد کرد.
- ✓ **ژانر:** این مورد به ژانر و زیر گروهی که کتاب شما به آن تعلق دارد اشاره می‌کند. درست نوشتن ژانر اهمیت حیاتی دارد. زیرا اگر ژانر کاری شما برای سردبیر مناسب نباشد، فوراً کارتان را رد خواهد کرد. برای اطلاعات بیشتر درباره‌ی ژانر و طبقه‌بندی داستانی به فصل ۳ مراجعه کنید.
- ✓ **مفهوم زیربنایی:** مفهوم زیربنایی داستان را بر اساس خطّ داستانی تک‌جمله‌ای رمان خود بنویسید. در فصل‌های ۸ و ۱۳ به تفصیل درباره‌ی خطّ داستانی توضیح داده‌ایم. برای توصیف مفهوم زیربنایی یا از خودِ خطّ داستانی بهره بگیرید یا از اقتباس آن، اما به یک جمله بسنده کنید و سعی کنید این جمله تا جایی که می‌شود کوتاه باشد.
- ✓ **مخاطب مورد نظر:** خواننده‌ی ایده‌آل خود را در یکی دو جمله توصیف کنید. فصل ۳ درباره‌ی مخاطبان در نظر گرفته شده (برای یک کتاب خاص) توضیح داده است.
- ✓ **طول:** با نزدیک‌ترین تقریب به ۵۰۰۰ محاسبه کنید که شمار واژگان رمان شما چقدر خواهد بود. (در فصل ۳ درباره‌ی اهمیت شمار واژگان برای ژانرهای خاص صحبت کردیم و نحوه‌ی محاسبه‌ی شمار واژگان لازم برای داستان شما را نیز توضیح دادیم.) در بعضی از ژانرها، بیش از حد بالا یا پایین بودن

شمار واژگـان می‌تواند بـلافاصـله سبب رد شدن اثر توسط ناشر شود.

- ✓ **تاریخ تکمیل:** یا باید بگویید که "نســخه‌ی پرداخت شده‌ی دست‌نوشته در حال حاضر آماده اســت" یا اینکه "دست‌نوشته‌ی پرداخت شــده در تاریخ ... آماده‌ی تحویــل خواهد بود" و جای خالــی را با تاریخی که اطمینان دارید رمان پیش از آن آماده می‌شود پر کنید. ناشران روی تاریخی که اعلام می‌کنید حساب خواهند کرد، پس دروغ نگویید.



فروختن رمانِ بدون ارائه‌ی دست‌نوشــته‌ی تکمیل شده‌ی آن، برای نویسندگان تازه‌کار تقریباً غیرممکن است. رمان نوشتن کار آسانی نیست و بسیاری از مدعیان نویســندگی هم اصلاً نمی‌توانند یک رمان را تا انتها بنویســند. به همین دلیل ناشــران اکثراً از خریدن دست‌نوشته‌ی ناقص از تازه‌کارها خودداری می‌کنند. اگر قبلاً حداقل یک رمان را با دریافت درصد فروش و به واسطه‌ی یک ناشر سنتی منتشر کرده باشید، اکثر ناشــران از بابت به پایان رساندنِ اثرتان به شما اعتماد خواهند کرد. در این صــورت می‌توانید رمان خود را صرفاً با ارائه‌ی پیش‌طرح و چند فصل نمونه به فروش برسانید. اکثر رمان‌نویس‌های حرفه‌ای هم همین کار را انجام می‌دهند.

- ✓ **خلاصه‌ی داســتان:** اســتخوان‌بندی داستان را در یک بند شــرح دهید، سپس شــخصیت اصلی را توصیف کنید و در نهایت سؤال داستانی را مطرح کنید. (در فصل‌های ۶، ۷ و ۸ درباره‌ی سؤال داستانی توضیح داده‌ایم.)
- ✓ **درباره‌ی نویســنده:** اگر هنوز هم در صفحه‌ی خلاصه‌ی اجرایی جا دارید، یک بند درباره‌ی خودتان بنویســید. ســعی کنید تا جایی که ممکن است خوب جلوه کنید، اما دروغ نگویید. در ادامه‌ی طرح پیشنهادی، یک صفحه‌ی کامل به سوابق نویسنده اختصاص دارد. پس اگر در این صفحه دیگر جایی برای گنجاندن شرح مختصر ســوابق‌تان ندارید، از خیر آن بگذرید. در اینجا هدف این است که نکات جالبی را در مورد خودتان پررنگ کنید تا طرف مقابل احساس کند شما بی‌تردید بهترین نویسنده‌ای هستید که می‌تواند چنین رمانی بنویسد.

تحلیل بازار: بررسی رقبا

تیتر صفحه‌ی جدید را "تحلیل بازار" یا عبارتی مشابه آن انتخاب کنید. نصف یا تمام این صفحه را به توضیح مختصری درباره‌ی کتاب‌های مشابه کتاب خود اختصاص دهید.



درباره‌ی کتاب‌هایی بنویســید که نه خیلی مشهورند و نه خیلی مهجور. اگر کتاب خود را با رمان‌های فئودور داستایوسکی، استفن کینگ، یا دیگر غول‌های نویسندگی مقایسه کنید، یا خیلی از خود متشــکر به‌نظر خواهید رســید و یا – در قیاس با آن‌ها – خیلی

ضعیف. از طرفی، اگر رمان خود را با رمان‌های کاملاً ناشـــناخته مقایســـه کنید، ممکن است به‌نظر برسد نویسنده‌ای هستید که محکوم به ناشناخته ماندن است.

سه تا پنج کتاب را انتخاب کنید که به ژانر کاری خودتان تعلق دارند. یک بند درباره‌ی هرکدام بنویسید و در آن عنوان کتاب، نام نویسنده و خلاصه‌ای یک جمله‌ای از داستان را ارائه کنید. سپس توضیح دهید که شباهت‌ها و تفاوت‌های داستان شما با آن چیست. از ضایع کردن نویســـنده‌های دیگر خودداری کنید. تحقیر دیگران ســـبب تکریم شما نمی‌شود.



هدف از ارائه‌ی فهرســـتی از کتاب‌های مشـــابه این اســـت که نشـــان دهید با ژانر و طبقه‌بندی داســـتانی خود آشنایی دارید و اینکه بازار فروش برای کتابی که نوشته‌اید (یا می‌خواهید بنویســـید) موجود اســـت. این کار همچنین موقعیتی است که نشان دهید با نحوه‌ی تحلیل داستان آشنایی دارید.

سوابق حرفه‌ای‌تان به‌عنوان نویسنده

صفحه‌ای با تیتر "سوابق نویســـنده" در طرح پیشنهادی خود بگنجانید. در این صفحه طی چند بند و از زبان سوم‌شـــخص، خودتان را توصیف کنید. لاف نزنید. به‌جای این کار سعی کنید خودتان را طوری توصیف کنید که انگار خبرنگار نشریه‌ی *تایم* هستید و می‌خواهید نمایه‌ای تهیه و در آن خود را توصیف کنید. رســـمی و موجز بنویسید و روی مواردی که شایستگی شما را برای کتاب نوشتن نشان می‌دهند تمرکز کنید. اگر زندگی شما به زندگی یکی از شخصیت‌های داستان شبیه است، به این موضوع اشاره کنید.

اگر تجربه‌ی نویســـندگی دارید، بدون فخر فروشی، به آن(ها) اشاره کنید. اگر وب‌سایت یا وب‌لاگ دارید، نام و آدرس (URL) آن را ذکر کنید. اگر سکوی بازاریابی خاصی دارید (مثل ستونی در روزنامه، یک برنامه‌ی رادیویی یا تلویزیونی، فعالیت به‌عنوان سخنران/ آدم معروف) به آن اشـــاره کنید و بگویید در هر سال به‌طور میانگین چه تعداد مخاطب داریـــد. در گفتن این مســـائل غلو نکنید. اثرات بد دروغ همیشـــه – آن هم در بدترین شرایط – گریبان آدم را می‌گیرد.



به توضیحات‌تان شاخ و برگ اضافی ندهید. نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب اهمیتی نمی‌دهند که شما چند سال است کتاب می‌خوانید یا نبوغ نویسندگی در چه سن و سال کمی در شما آشکار شده است. اکثر نویسنده‌ها نوشتن را از سنین ۵ تا ۱۰ سالگی آغاز می‌کنند. به احتمال زیاد، دبیر انتخاب کتاب انواع و اقسام تعریف‌هایی از این دست را قبلاً شنیده است. تعداد بسیار کمی از موفقیت‌های دوران کودکی‌تان را می‌شود در اینجا عنوان کرد. اگر در ســـن ۱۰ سالگی دیپلم گرفتید، یا در مسابقات سراسری هجّی مقام اول را کسب کردید، شایســـته است یک جمله از شرح ســـوابق‌تان را صرف اشاره به این موارد کنید.

تمام سوابق تحصیلی پس از دبیرستان را، که با موضوع رمان‌تان ارتباط مستقیمی دارد، ذکر کنید. مثلاً اگر مشغول نوشتن یک رمان علمی هستید و مدرک دانشگاهی‌تان علوم است، به آن اشاره کنید. اگر وکیل یا حقوقدانی هستید که رمان حقوقی می‌نویسید، حرفه‌ی خود را مخفی نکنید. بد نیست تحصیل در رشته‌های ادبیات و خبرنگاری هم عنوان شود، اما در عین‌حال باید بدانید که رشته‌های این‌چنینی بسیار متداول‌اند و این موضوع از اعتبارشان می‌کاهد. اما مدرک کارشناسی ارشد در رشته‌ی نگارش خلاق کمی معتبرتر است و خوب است، اگر چنین مدرکی دارید، به آن اشاره کنید.

در ضمن از هر تجربه‌ای که در زندگی داشته‌اید و با موضوع رمان‌تان تناسب دارد، صحبت کنید. گاهی تجربه‌های دوران کودکی نیز – اگر به حد کافی مؤثر باشند و با موضوع رمان‌تان نیز جور دربیایند – ارزش عنوان کردن دارند. مثلاً اگر بچه که بودید، پدر و مادرتان دیپلمات‌های حرفه‌ای بودند و در امور خارجه کار می‌کردند و شما مدتی در پاریس، رُم، لندن، توکیو و برلین زندگی می‌کردید – و گهگاه با سران دولتی هم معاشرت‌هایی داشتید – چنین تجربیاتی در نوشتن یک رمان مهیج جاسوسی، که در پایتخت‌های کشورهای گوناگون جهان اتفاق می‌افتد، بسیار مفید خواهد بود.

نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب به اطلاعاتی درباره‌ی شما علاقه‌مند است که از طریق آن‌ها می‌توان به این پرسش جواب داد: "چطور می‌توانم این نویسنده را به تلویزیون یا رادیو ببرم تا درباره‌ی کتابش حرف بزند؟" اجازه دهید این سؤال شما را در انتخاب مطالبی که در سوابق خود ذکر می‌کنید، راهنمایی کند.

اسکچ شخصیت‌ها

پیشنهاد می‌کنیم چند صفحه را به توضیح درباره‌ی شخصیت‌ها اختصاص دهید. به چنین توضیحاتی *اسکچ شخصیت* گفته می‌شود. ارزش و اهمیت اسکچ شخصیت از این روست که اکثر دبیران انتخاب کتاب عاشق رمان‌های شخصیت‌محور هستند. توجه داشته باشید که دبیر انتخاب کتاب به‌ندرت از شما اسکچ شخصیت‌ها را می‌خواهد. اما ما بر این باوریم که این اسکچ‌ها ابزار مفیدی برای فروش هستند و ممکن است به دردتان بخورند.

عبارت "اسکچ شخصیت‌ها" را به‌عنوان تیتر این صفحه بنویسید. نیم تا یک صفحه را به هر شخصیت اختصاص دهید و در آن به قسمت‌های مهم پیشینه‌ی داستانی، ارزش‌ها، آرزوها و اهداف او اشاره کنید. (در فصل‌های ۷ و ۱۲ درباره‌ی این ملزومات شخصیت‌ها توضیحات مفصّلی داده شده است.) سپس اندکی از ماجرای داستان را که به آن شخص مربوط می‌شود بنویسید. اگر دبیر انتخاب کتاب از شخصیت‌ها خوش‌اش بیاید، شانس قبولی اثرتان افزایش چشمگیری خواهد داشت.

آن خلاصه‌ی داستانی منفور

قسمت جدیدی را با تیتر *"خلاصه‌ی داستانی"* به طرح پیشنهادی اضافه کنید. خلاصه‌ی داستانی دو صفحه متن است که ماجرای اصلی داستان شما را به‌طور کلی بیان می‌کند. برای نوشتن این خلاصه از فعل‌های زمان حال استفاده کنید و طوری بنویسید که هر بند چندین صحنه را به‌طور خلاصه در خود بگنجاند. در طول خلاصه‌ی داستانی باید تمرکزتان روی داستان اصلی باشد و از پرداختن به جریان‌های داستانی غیرضروری پرهیز کنید. تمام نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب، بدون استثنا، از شما خلاصه‌ی داستانی خواهند خواست.



آن طور که ما متوجه شده‌ایم، نوشتن خلاصه‌ی داستانی برای یک طرح پیشنهادی، منفورترین کاری است که رمان‌نویس در عمر خود باید انجام دهد. اگر از نوشتن خلاصه‌ی داستانی بدتان می‌آید، باید بگوییم که شما تنها نیستید، اما به هر حال مجبورید به نوشتن آن تن دهید. بله، قبول داریم که خلاصه‌ی داستانی اغلب کسل کننده است. در نوشتن خلاصه‌ی داستانی از چکیده‌ی روایی استفاده می‌شود. چکیده‌ی روایی ملال‌آورترین گونه‌ی روایت داستان است. اما با تمام این مسائل کنار بیایید و با هرچه سریع‌تر نوشتن خلاصه‌ی داستانی، خودتان را خلاص کنید.

نحوه‌ی نوشتن خلاصه‌ی داستانی به تفصیل در فصل ۹ توضیح داده شده است و اصلاً هم به آن وحشتناکی‌ای که بسیاری از نویسنده‌ها جلوه‌اش می‌دهند نیست. اگر باعث آرامش شما می‌شود، باید بگوییم که خیلی از دبیران هم هستند که از خواندن خلاصه‌ی داستانی نفرت دارند. اما هیچ دبیر انتخاب کتابی نمی‌تواند بدون خواندن خلاصه‌ی داستانی شما کتاب‌تان را بخرد. این هم یکی از آن طعنه‌های تلخ روزگار است، پس بسوزید و بسازید.

طرح بازاریابی شما

بگذارید یک چیز را برایتان روشن کنیم: بازاریابی بخشی از کار ناشر است. کار شما نوشتن داستان است. اما در سال‌های اخیر، ناشران روز به روز بیشتر در زمینه‌ی بازاریابی به نویسندگان تکیه کرده‌اند. ممکن است فکر کنید که این غیرمنصفانه است که همین طور هم هست، اما کاری نمی‌شود کرد.

هرکاری که بتوانید در زمینه‌ی بازاریابی کتاب‌تان انجام دهید، در قسمت بازاریابی طرح پیشنهادی ذکر می‌شود. می‌توانید بگردید و کتاب‌های خوبی در زمینه‌ی بازاریابی کتاب توسط نویسنده پیدا کنید. آگاه باشید که در این کتاب‌ها دریایی از گزینه‌ها و روش‌های گوناگون عنوان شده است. ناشران از شما انتظار دارند بیش از یکی دو مورد از این گزینه‌ها را انتخاب کنید؛ درست همان‌طوری که رستوران‌ها ترجیح می‌دهند شما بیش

از یکی دو مورد از غذاهای موجود در منو را انتخاب کنید.

بهتر است کمی تحقیق کنید تا دریابید انجام چه کارهایی برایتان مناسب‌تر است. آیا شما آدم برون‌گرایی هســـتید که می‌تواند موضوع رمانش را به موضوعات داغ مصاحبه‌های رادیویی و تلویزیونی ربط دهد؟ این یکی از گزینه‌های موجود اســـت. آیا شما وب‌لاگ نویســـی هستید که صدا یا هزاران خواننده با ولع نوشته‌های نغز و کنایه‌آمیزتان را دنبال می‌کنند؟ این هم یک گزینه‌ی دیگر است. اگر خوب جستجو کنید، می‌توانید صدها و یا حتی هزاران ایده‌ی خوب دیگر را در میان گزینه‌های اعصاب خرد کن موجود پیدا کنید.



چند مورد – و تنها چند مورد – از ایده‌های بازاریابی موجود را انتخاب کنید و در مورد آن‌ها در قسمت بازاریابی طرح پیشنهادی‌تان صحبت کنید. هرچقدر ناشر از بابت کمک شـــما به فرایند بازاریابی مطمئن‌تر شود، تلاش او برای تخصیص بودجه‌ی بازاریابی به کتاب شـــما نیز بیشتر می‌شـــود. این یکی از آن حوزه‌هایی است که عبارت "پول، پول می‌آورد" درباره‌اش صدق می‌کند. اگر از نمایه‌ی رســـانه‌ای خوبی برخوردار باشـــید، یا امکان ســـخنرانی برای صدها هزار نفر مخاطب را در هر ســـال داشـــته باشید، ناشر از تخصیص بخش بزرگی از بودجه‌ی بازایابی‌اش به شما بسیار خرسند خواهد شد. این در حالی اســـت که اگر شـــما به‌وضوح اعلام کنید که حاضر نیستید هیچ کاری در زمینه‌ی بازاریابی کتاب‌تان انجام دهید، ناشـــر هم مراتب قدردانی خود را با انجام ندادن کارهای بیشـــتر به شـــما ابراز خواهد کرد. خوب در این باره فکر کنید و ببینید در طرح بازاریابی خود چه پیشنهادهای قابل باوری می‌توانید به ناشر بدهید.

ممکن است بگویید که دوست ندارید برای بازاریابی اثرتان دروغ بگویید. با وجود اینکه ما طرفدار دروغ و دغل نیستیم، این رویکرد هم اصلاً رویکرد خوبی نیست و به حرفه‌ی نویسندگی‌تان لطمه خواهد زد. بازاریابی به خودی خود کار کثیف یا ریاکارانه‌ای نیست. اگر مهارت نویســـندگی‌تان به همـــان اندازه که ادعا می‌کنید خوب باشـــد، ده‌ها هزار نفر – در صورتی‌که بدانند شما که هستید – مشتاق خواندن رمان‌تان خواهند بود. حالا شـــما باید به این خواننده‌ها کمک کنید پیدایتان کنند؛ کجای این کار شما را به فردی دروغگـــو یا ریاکار تبدیل می‌کند؟ بازاریابی خوب و صادقانه به‌معنای پیدا کردن افرادی اســـت که دوست دارند کتاب شـــما را بخوانند، اما هنوز از وجود شما خبر ندارند. برای نشان دادن خودتان به این افراد نباید خجالت بکشید. اگر این کار را بکنید، هم آن‌ها را خوشحال می‌کنید و هم ناشرتان را.

نوشتار شما، شامل فصل‌های نمونه (یا کل دست‌نوشته)

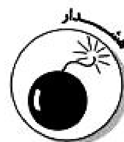
ارسال نمونه متن هم برای نماینده ضرورت دارد و هم دبیر انتخاب کتاب. آن‌ها می‌خواهند بدانند مهارت شما در نوشتن چقدر است. نماینده‌ی ادبی در پاسخی که به پیش‌طرح شما می‌دهد، مقدار متن نمونه‌ای را که می‌خواهد بخواند اعلام خواهد کرد. همان مقدار متن را برایش بفرستید. معمولاً نماینده تعداد فصل‌ها یا صفحات مشخصی را درخواست می‌کند. با فرستادن متن اضافه اسباب زحمت او نشوید. اگر خودش کل دست‌نوشته را درخواست کرد، آن وقت دست‌نوشته‌ی کامل را برایش بفرستید.

باز هم تأکید می‌کنیم که اگر تا کنون رمانی منتشر نکرده‌اید، تا پیش از اتمام و پرداخت دست‌نوشته‌تان نباید برای نماینده‌ها پیش‌طرح بفرستید. اگر نماینده از پیش‌طرح‌تان خوش‌اش بیاید و از شما بخواهد تمام متن را برایش بفرستید، با شنیدن اینکه فقط ۵۰ صفحه از آن موجود است، بسیار عصبانی خواهد شد.



وقتی دبیر انتخاب کتاب طرح پیشنهادی را دریافت می‌کند، ابتدا نگاهی گذرا به نامه‌ی معرفی و خلاصه‌ی اجرایی می‌اندازد و بعد به سراغ فصل‌های نمونه می‌رود. اگر اولین بند آن‌ها خوب باشد، صفحه‌ی اول را به‌طور کامل می‌خواند. اگر صفحه‌ی اول هم خوب باشد، او کل فصل را خواهد خواند. اگر این فصل هم خوب باشد، آن موقع است که دبیر انتخاب کتاب تمام فصل‌های نمونه را خواهد خواند. در صورتی‌که تمام فصل‌های ارسالی برایش جالب باشند، او جزء به جزء طرح پیشنهادی شما را مطالعه خواهد کرد. اما اگر هر یک از قسمت‌های فصل‌های نمونه نتواند نظر دبیر انتخاب کتاب را جلب کند، فوراً دست از خواندن برمی‌دارد و طی پیام کوتاهی شما را رد می‌کند.

پس می‌بینید که فصل‌های نمونه بسیار مهم هستند. هرچقدر هم روی اهمیت آن‌ها تأکید کنیم، باز هم کم است. مهم‌ترین بخش بسته‌ی طرح پیشنهادی شما نوشتن فصل‌های نمونه است. دبیر انتخاب کتاب باید عاشق این فصل‌ها شود. در غیر این صورت طرح شما به اندازه‌ی لایه‌ی شکلاتی که روی یک لنگه کفش مالیده شود بی‌ارزش است.



علامت © یا سایر علامت‌های قانون حق تکثیر را در فصل‌های کتاب خود نگذارید. نوشته‌های شما به‌صورت خودکار مورد حمایت قانون‌اند و گنجاندن علائم اختصاری قانونی فقط باعث می‌شود ناشی به‌نظر برسید (و نیز نشان می‌دهد که معتقدید نماینده و ناشر قوانین را رعایت نمی‌کنند و شما به آن‌ها اعتماد ندارید).

فصل ۱۷

تماس با نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب

در این فصل

- نگاهی به تفاوت‌های بین نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب
- پیدا کردن نماینده‌ی ادبی
- پیدا کردن دبیر انتخاب کتاب

وقتی دست‌نوشـــته‌ی کامل و پرداخت شـــده‌تان آماده شـــد و وقتی تمام اجزای طرح پیشـــنهادی را به‌درســـتی کنار هم چیدید، برای چاپ اثرتان آماده هستید. انتشار رمان، همکاری پرمخاطره و در عین‌حال نتیجه‌بخشـــی بین شما و ناشر است. از آنجا که ناشر بیش از هرکســـی در این فرایند خطر می‌کند، طبعاً سهم بیشتری از نتیجه‌ی آن را هم به خود اختصاص خواهد داد. دو گروه از افراد هســـتند که در جوش دادن معامله‌ی شما و ناشر تأثیرگذارند: نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب.

نماینده‌ی ادبی کســـی است که شـــما، به ازای پرداخت درصد ثابتی از درآمد کتاب‌تان، برای فروش اثر خود به ناشـــر اســـتخدام می‌کنید. *دبیر انتخاب کتاب* یکی از کارمندان انتشـــارات اســـت (معمولاً در واحد انتخاب کتاب) که وظیفه‌اش پیدا کردن نویسنده و خریدن دست‌نوشته‌های آن‌ها برای چاپ است.

در این فصل، به توضیح نقش نماینده‌ی ادبی و دبیر انتخاب کتاب می‌پردازیم و به شما کمک می‌کنیم افرادی را پیدا کنید که برای شخص شما و برای نوشتارتان مناسب‌اند.

تعریف نقش نماینده‌های ادبی و دبیران انتخاب کتاب

شما باید بعضی از تفاوت‌های اساسی بین نماینده و دبیر را بدانید. البته توجه داشته باشید که این دو تعهدات مشترکی نیز دارند:

- ✓ **دبیر انتخاب کتاب:** دبیر انتخـــاب کتاب در فرایند انجام معامله، نماینده‌ی منافع ناشر است. هدف او این است که خطر ضرر کردن صاحب‌کار خود را به کمترین

میزان برســاند و سود او را به بیشــترین مقدار نزدیک کند، که او این کار را با پرداخت کمترین مقدار پول و منتقل کردن هرچه بیشــتر ضررها به شــما انجام می‌دهد. دبیر انتخاب کتاب در وهله‌ی اول به ناشر تعهد دارد. اما با وجود این، او دشــمن شما نیست. او از شما و نوشته‌هایتان خوش‌اش می‌آید و می‌داند که اگر از گرسنگی بمیرید، دیگر نمی‌توانید برایش کتاب بنویسید.

✓ **نماینده‌ی ادبی:** این فرد در واقع نماینده‌ی منافع شماست. هدف او این است که ضرر را برای شــما حداقل برساند و سودتان را بیشتر کند؛ اما نه به هر قیمتی. از آنجا که نماینده‌ی ادبی کارهای چندین نویســنده را دنبال می‌کند، با انگیزه‌ای قوی تلاش می‌کند کارگزار صادقی باشــد. بهتریــن کاری که نماینده می‌تواند انجام دهد معرفی نویســنده‌های فوق‌العاده به ناشران و انجام رایزنی معامله‌های سودآور برای آن‌هاست. اما نماینده نمی‌خواهد ناشر را به خاک سیاه بنشاند، زیرا فردا، روزی دیگر است با قراردادهایی دیگر.

پیدا کردن مناسب‌ترین نماینده برای شما

اســتخدام نماینده‌ی ادبی امری اختیاری است و به همین دلیل اول باید تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید یک نماینده داشــته باشید یا خیر. در این قسمت توضیح می‌دهیم کار نماینده چیست و اینکه چرا استخدام وی می‌تواند فکر خوبی باشد.

اگر تصمیم به داشــتن نماینده بگیرید، چطور می‌توانید نماینده‌ی مناسب خود را بیابید و بعد توجه او را به خود جلب کنید؟ اگر دست‌نوشــته‌ی فوق‌العاده‌ای داشته باشید، پیدا کردن نماینده‌ی ادبی آن‌قدرها هم ســخت نخواهــد بود. اما پیدا کردن نماینده‌ی ادبی مناسب کمی سخت‌تر است. در این قسمت نکته‌هایی درباره‌ی نحوه‌ی پیدا کردن چنین نماینده‌ای به شــما یاد می‌دهیم و توضیح می‌دهیم که چطور باید با او تماس بگیرید تا پیگیری رمان‌تان را برعهده بگیرد.

آیا نیازی به نماینده‌ی ادبی هست یا خیر

آیا شما نماینده لازم دارید؟ این سؤال پیچیده‌ای است. نماینده کارهای سخت و سنگینی را برای شــما انجام می‌دهد، اما بابت آن‌ها پــول هم می‌گیرد. نرخ معمول نماینده‌های ادبی چیزی معادل ۱۵ درصد عواید کتاب شماست. این‌ها تعدادی از کارهایی هستند که نماینده ممکن است برای شما انجام دهد:

✓ نقد و بررسی اثر شما و کمک به پرداخت آن (همه‌ی نماینده‌ها این کار را نمی‌کنند)

✓ کمک به نوشــتن یک طرح پیشــنهادی اساســی (در فصل ۱۶ درباره‌ی اصول

نوشتن طرح پیشنهادی صحبت کردیم)

- ✓ بردن طرح پیشنهادی و دست‌نوشته‌ی شما نزد دبیران انتخاب کتاب
- ✓ رایزنی برای قرارداد
- ✓ رساندن اخبار ناخوشایند به ناشر (مثلاً اگر به موعد تحویل نمی‌رسید، یا نمی‌توانید در یک مورد خاص با دبیر انتخاب توافق کنید، سریع کارها را به نماینده بسپارید؛ این جور کارها اصلاً وظیفه‌ی اوست)
- ✓ ارائه‌ی توصیه‌های حرفه‌ای؛ مثلاً جهت کمک برای مطرح کردن‌تان در عرصه‌ی بازار و آموزش مهارت‌های بازاریابی به شما (تمام نماینده‌ها این کار را نمی‌کنند)
- ✓ بررســی بخش‌های مالی قرارداد برای حصول اطمینان از اینکه ناشر عواید کافی را در زمان مقرر به شما پرداخت می‌کند.

اگر شــما بتوانیــد خودتان تمام این کارها را به‌خوبی انجام دهیــد و اگر بتوانید از وقت نوشــتن‌تان بزنید تا به آن‌ها بپردازید، دیگر نماینده‌ی ادبی لازم ندارید. اما اگر یکی از موارد فهرســت بالا را نتوانید به‌طور کامل یا به‌درســتی انجــام دهید، احتمالاً باید یک نماینده اســتخدام کنید. لطفاً یادتان باشد که ناشران بزرگ معمولاً از نویسنده‌هایی که نمی‌شناســند، بدون وجود نماینده، پیش‌طرح قبول نمی‌کنند. بسیاری از ناشران متوسط هم همین وضع را دارند.

شــما همیشــه این امکان را دارید که در کارهای خاصی از دیگــران کمک بخواهید؛ مثلاً می‌توانید ویراســتار کارمزدی، وکیل قراردادی، کارشناس برَند سازی و بازاریابی و یا حســابدار استخدام کنید. تمام این افراد از شــما هزینه می‌گیرند. فقط شما می‌توانید تصمیــم بگیرید که ترجیــح می‌دهید، به ازای هزینه‌ای که می‌کنیــد، نماینده‌ی ادبی این کارها را برایتان انجام دهد یا یک کارشــناس. مزیتی کــه کار کردن با نماینده‌ی ادبی دارد این اســت که همه‌ی کارهایی که گفتیم توســط یک نفر انجام می‌شــود و آن یــک نفر نیازی ندارد خودش را با دیگران هماهنــگ کند. به‌علاوه، نماینده ارتباط نزدیکــی با دبیران انتخاب کتاب دارد – و می‌داند دبیرانِ خاص بیشــتر دنبال چه نوع کارهایی می‌گردند – و به این ترتیب می‌تواند نویسنده‌های آینده‌دار را با دبیران انتخاب کتاب مناســبی آشنا کند. اشکال نماینده‌ی ادبی این اســت که امکان ندارد او در تمام مهارت‌های ذکر شــده به یک اندازه توانمند باشد. ممکن است نقطه ضعف او دقیقاً در همان موردی باشد که شما بیش از هرچیزی به آن نیاز دارید.



قبل از اینکه جستجو برای نماینده را شروع کنید، مطمئن شوید که آمادگی کار کردن با او را دارید. اگر هنوز در حرفه‌ی نویسندگی خود به مرحله‌ی سال آخری نرسیده‌اید (در فصل ۱ درباره‌ی چهار مرحله‌ی نویسندگی توضیح داده‌ایم)، هنوز وقت آن نیست که با

یک نماینده کار کنید، زیرا چیزی برای عرضه ندارید. وظیفه‌ی نماینده این است که اثر شما را عرضه کند و آن را به فروش برساند.

انجام مقدمات لازم برای استخدام نماینده

اگر آمادگی استخدام نماینده را دارید، باید مقدمات لازم برای پیدا کردن فرد مناسب خودتان را انجام دهید. اکثر نویسنده‌ها به شما خواهند گفت که نماینده نداشتن بهتر از داشتن نماینده‌ی نامناسب است. وقتی می‌خواهید با نماینده همکاری کنید، معمولاً باید نوعی وکالت‌نامه امضا کنید؛ وکالت‌نامه یک قرارداد قانونی است که در آن جزئیات و شرایط یک رابطه توضیح داده می‌شود. بعضی از وکالت‌نامه‌ها مفاد و شرایط سنگینی دارند که طبق آن‌ها، در صورت فسخ تفاهم، ناچار می‌شوید بخشی از حقوق اثرتان را واگذا کنید. دیگر وکالت‌نامه‌ها بیشتر نویسنده‌پسند هستند. اما فسخ قرارداد کاری با نماینده‌ی ادبی هرگز کار جالبی نیست. به همین دلیل بهتر است از همان ابتدا نماینده‌ی مناسبی برای خود پیدا کنید. در این قسمت کمک‌تان می‌کنیم نماینده‌های ادبی را پیدا کنید، درباره‌شان تحقیق کنید و اطمینان یابید که بهترین مورد را برگزیده‌اید.

پیدا کردن کاندیداهایی که برای ژانر شما مناسب‌اند

نماینده‌های ادبی مختلف از ژانرهای مختلفی خوش‌شان می‌آید. تخصص بعضی از نماینده‌ها در عرضه‌ی رمان‌های عاشقانه است. بعضی در رمان‌های رمزآلود و بعضی هم در رمان‌های تعلیقی تخصص یافته‌اند. برخی از نماینده‌ها صرفاً روی رمان‌های مذهبی، نوجوانان، یا کودکان کار می‌کنند. بسیاری از آن‌ها هم به‌صورت عمومی فعالیت می‌کنند و طیف علائق‌شان گسترده است.



تلاش‌هایتان را روی نماینده‌هایی متمرکز کنید که با احتمال بیشتری ممکن است به‌کارتان علاقه نشان دهند. بسیاری از نماینده‌هایی که ما می‌شناسیم می‌توانند ماجراهای خنده‌دار دریافت تقاضای کار روی کتاب‌هایی را تعریف کنند که کاملاً و به‌طرز خارق‌العاده‌ای برای آن‌ها بی‌ربط و نامناسب بود. معمولاً چنین تقاضاهایی مستقیماً روانه‌ی سطل زباله می‌شوند.

برای پیدا کردن بهترین گزینه‌ها مراحل زیر را انجام دهید:

۱.ژانر یا گونه‌ی داستانی خود را دقیقاً مشخص کنید.

ژانر اصلی و ژانرهای فرعی مربوطی را که رمان‌تان به آن‌ها تعلق دارد نام ببرید. (در فصل ۳ درباره‌ی گونه‌ها و ژانرهای داستانی توضیح داده‌ایم.)

۲.در راهنمای تجاری مناسب دنبال فهرست نماینده‌های ادبی بگردید و آن‌هایی را که به‌طور خاص به ژانر کاری شما علاقه دارند علامت بزنید.

۳. فهرستی از ده تا از بهترین نماینده‌ها تهیه کنید و به وب‌سایت‌های آن‌ها سر بزنید.

تصمیم بگیرید که کدام نماینده برای شما و کتاب‌تان مناسب‌تر است.

شاید تحقیق درباره‌ی نماینده‌ها به زمان زیادی نیاز داشته باشد، اما ارزش وقت گذاشتن دارد. نماینده نداشتن از داشتن نماینده‌ی نامناسب خیلی بهتر است. نماینده‌ی شما قرار است برای مدت زیادی کارمند و دوست شما باشد. به همین دلیل است که به هم خوردن رابطه‌ی بین نویسنده و نماینده شاید فقط اندکی از به هم خوردن یک ازدواج آسان‌تر باشد. پس شتابزده عمل نکنید و نماینده‌ی مناسبی برای خود انتخاب کنید.

پرهیز از کلاهبردارها، شارلاتان‌ها و دیگر اراذل

تقریباً هر کسی می‌تواند ادعا کند نماینده است؛ چه از نشر سر در بیاورد، چه نه. بعضی از این افراد فقط کلاهبردار هستند. به همین سادگی! بعضی‌ها خیال برشان داشته که خیلی خبره‌اند و درباره‌ی کارهایی که می‌توانند برایتان انجام دهند، ادعاهای عجیب و غریبی می‌کنند و کاملاً بازارگرمی‌های خود را باور دارند. اما سایر این افراد، آدم‌های زحمت‌کشی هستند که صرفاً نمی‌دانند دارند چه‌کار می‌کنند.

اکثر نماینده‌های معتبر در ایالات متحده، اعضای انجمن نمایندگان نویسندگان (AAR) هستند. شرایط عضویت در این انجمن به‌گونه‌ای است که مدعیان دروغین در فرایند گزینش غربال می‌شوند. در ضمن، این انجمن یک منشور اخلاقی نیز دارد که خواندن آن خالی از لطف نیست و می‌تواند نشان‌تان دهد باید نسبت به کدام فعالیت‌های غیراخلاقی آگاه باشید.

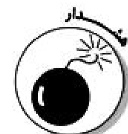
شما نماینده‌ای می‌خواهید که ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- ✓ صادق باشد
- ✓ راه و چاه نشر را بداند
- ✓ در صنعت نشر افراد زیادی را بشناسد
- ✓ تمام ریزه‌کاری‌های قرارداد نشر را بداند، بداند درباره‌ی کدام بخش‌ها می‌شود بیشتر چانه زد و بتواند هنگام بستن قرارداد به‌خوبی به نفع شما رایزنی کند
- ✓ تمام یا عمده‌ی درآمدش از شغل نمایندگی ادبی تأمین شود و ترجیحاً یک نماینده‌ی نیمه‌وقت نباشد که شغل اصلی‌اش چیز دیگری است و قسط‌ها و قبض‌هایش را از این طریق می‌پردازد
- ✓ سرش طوری با دیگر مشتریان‌اش شلوغ نباشد که نتواند وقت کافی به شما اختصاص دهد

در حالت عادی باید بیشـــتر سراغ نماینده‌هایی بروید که ســـوابق درخشانی در فروش رمان‌های مشابه رمان شـــما دارند. آیا درست است که با نماینده‌ی تازه‌کاری همکاری کنید که اصلاً ســـابقه‌ی حرفه‌ای ندارد؟ این کار مخاطره‌آمیز اســـت، زیرا همیشه این احتمال وجود دارد که چنین فردی شـــیاد، خیال‌پرداز، یا ناشـــی باشد یا صرفاً برای این شغل ساخته نشده باشد. با تمام این‌ها، موارد زیر شرایطی را نشان می‌دهند که اگر وجود داشته باشند، انتخاب یک نماینده کار درستی خواهد بود:

- ✓ بسیاری از نماینده‌ها قبلاً ویراســـتار یا دبیر انتخاب کتاب بوده‌اند و چندین سال تجربه‌ی کار با ناشـــران مختلف را دارند. (بعضی از بهترین نماینده‌هایی که خودِ ما می‌شناسیم، قبلاً ویراستار یا دبیر بوده‌اند.) گاهی یک نماینده، مؤسسه‌ی بزرگ و باســـابقه‌ای را ترک می‌کند تا فعالیت مســـتقل خود را آغاز کند. یک شـــرکت تازه‌تأســـیس که توسط نماینده‌ای مجرب بنا شـــده است، ممکن است سابقه‌ی خاصی نداشـــته باشد، اما آن نماینده ممکن اســـت پیش‌تر در دنیای نشر سوابق درخشانی برای خود دست و پا کرده باشد.
- ✓ وقتی یک مؤسســـه‌ی باسابقه نماینده‌ی تازه‌کاری اســـتخدام می‌کند، معمولاً از قبل او را تعلیم می‌دهد و حمایت و آموزش‌های ضمن خدمت بسیاری را برایش درنظر می‌گیرد. چنین نماینده‌ای معمولاً جوان و مشـــتاق اســـت و می‌تواند در برخورد با شرایط سخت و ناهموار از نماینده‌های کهنه‌کار راهنمایی بخواهد.
- ✓ گاهی یک نماینده از کارش اســـتعفا می‌دهد تا پُســـت دیگری را در حوزه‌ی نشر عهده‌دار شـــود، اما بعد متوجه می‌شود که کار قبلی‌اش را بیشتر دوست دارد. این فرد با بازگشت به شغل قبلی‌اش، وظایفش را با انرژی مضاعفی انجام خواهد داد.

فرقی نمی‌کند چه نوع نماینده‌ای را بپســـندید. همیشـــه باید سوابق او را بررسی کنید. تمام نماینده‌های شناخته شده، نام مشتریان خود را به‌عنوان معرف به شما خواهند داد. بـــا چند نفر از این معرف‌ها حرف بزنید و ببینید چـــه خصوصیاتی را در نماینده‌ی مورد بحث می‌پسندند و به چه خصوصیاتی انتقاد دارند. همه‌ی نماینده‌ها با تک‌تک مشتریان خود با کیفیتی یکســـان همکاری نمی‌کننـــد. اگر نام نماینـــده را در کنار واژه‌ای مثل "کلاهبردار" در اینترنت جســـتجو کنید، چیزی را از دست نخواهید داد. با اینکه مطالب موجود در اینترنت وحی مُنزل نیســـتند، اینترنت منبع خوبی برای کسب اطلاعاتی است که نماینده‌ها نمی‌توانند در آن‌ها دخل و تصرف کنند. با ســـایر نویسنده‌ها و ویراستاران دربـــاره‌ی نماینده‌ای که برای خود در نظر گرفته‌اید صحبت کنید. دنیای نشـــر کوچک است و اگر کسی کارش را بلد نباشد، همه زود خبردار می‌شوند.



بـــا نماینده‌ای که "هزینه‌ای بابـــت خواندن" دریافت می‌کند تا تصمیـــم بگیرد که آیا می‌خواهد با شـــما همکاری داشته باشد یا خیر، کار نکنید. چنین نماینده‌هایی به‌جای بر

عهده گرفتن وظایف سخت عرضه و فروش کتاب، این هزینه‌ی خواندن را به راه ساده‌ای برای کسب درآمد از مدعیان نویسندگی تبدیل می‌کنند. بعضی از نماینده‌های مشروع و معتبر گاهی هزینه‌های ناچیزی بابت کپی یا پُست دریافت می‌کنند (به‌خصوص در مواقعی که باید طرح‌های پیشنهادی قطوری را با پُست فوری برای چندین ناشر ارسال کنند)، اما اکثرشان چنین هزینه‌ای نمی‌گیرند. تا زمانی‌که نماینده درآمدی برایتان کسب نکرده است، پولی به او ندهید.

تماس با نماینده‌ها برای ارائه‌ی اثرتان

وقتی بهترین موارد را در فهرستی که از نماینده‌ها تهیه کرده‌اید علامت زدید، یک برنامه‌ی عملی بریزید تا اثرتان را به آن‌ها ارائه کنید. احتمالاً فقط می‌توانید یک دست‌نوشته ارائه کنید، اما یادتان باشد که شما به‌دنبال کسی هستید که بتوانید همکاری بلندمدتی با او داشته باشید و به همین دلیل است که نماینده دوست دارد بداند برای آینده چه پروژه‌هایی در ذهن دارید.



در ارائه‌ی اثر خود به نماینده دو گزینه پیشِ رویتان است:

- ✓ **آن را شخصاً در یک همایش ادبی تحویل دهید.** اکثر همایش‌های ادبی فرصت‌های خوبی برای نویسندگان فراهم می‌آورند تا درباره‌ی کارهایشان با نماینده‌ها صحبت کنند.
- ✓ **آن را از راه دور و با دادن پیش‌طرح ارائه دهید.** اکثر نماینده‌ها پیش‌طرح می‌پذیرند. موارد استثنا هم احتمالاً دست پُری دارند و فعلاً نمی‌توانند قرارداد جدیدی ببندند.

در این قسمت هر دو گزینه را بررسی می‌کنیم.

نزدیک شدن به نماینده‌ها در همایش‌های ادبی

نماینده‌های ادبی در بسیاری از همایش‌ها دست‌اندرکار هستند. اغلب این امکان وجود دارد که نمونه‌ی کار خود را از قبل به این نماینده‌ها تقدیم کنید. در ضمن، معمولاً می‌توانید با تعیین وقت قبلی شخصاً اثر خود را به این افراد ارائه کنید. در اکثر مواقع هر دوی این کارها را می‌توان با هم انجام داد. همایش‌ها موقعیت‌های زرینی هستند، زیرا این شانس را به شما می‌دهند که برای مدت کوتاهی مستقیماً مورد توجه نماینده قرار بگیرید.



اگر می‌خواهید متنی را از قبل تقدیم نماینده کنید، سعی کنید بهترین نمونه یا طرح پیشنهادی‌ای را که می‌توانید، آماده کنید. (در فصل ۱۶ درباره‌ی نحوه‌ی پرداخت

فصل‌های نمونه یا طرح پیشـــنهادی صحبت کردیم. بد نیست مطالبی را که می‌خواهید بفرستید، اول به یک دوست نویسنده نشان دهید و نظرات او را در موردش جویا شوید.) برای ارســال تقاضا و تصمیم‌گیری درباره‌ی مقدار مطالب ارســالی، دستورالعمل‌های خاص آن همایش را مطالعه و بر طبق آن‌ها عمل کنید.

اگر می‌خواهید اثرتان را شخصاً ارائه کنید، معمولاً می‌توانید یک ملاقات ۱۵ دقیقه‌ای با نماینده داشته باشید. خودتان را بادقت برای چنین ملاقاتی آماده کنید. پیشنهاد می‌کنیم حتماً کتاب *Selling Your Story in 60 Seconds*، به قلم مایکل هاج (انتشارات مایکل وایز) را مطالعه کنید. این کتاب راهنمای کاملی برای ارائه‌ی حضوری رمان و فیلم‌نامه است.

تماس گرفتن با نماینده‌ها از طریق ارسال پیش‌طرح

طبق تجربیات ما ارائه‌ی مســتقیم کار به نماینده‌ها در همایش‌های ادبی بهتر از ارسال پیش‌طرح اســت؛ اما این کار همیشــه امکان‌پذیر نیست، زیرا همه‌ی نویسنده‌ها امکان حضــور در همایش‌های ادبــی را ندارند و تمام نماینده‌ها هم بــه چنین همایش‌هایی نمی‌رونــد. وقتی شــما از طریق پُســت معمولی یا الکترونیکی با یــک نماینده تماس می‌گیرید، با توجه به شــرایطی که او برای ارائه‌ی اثر تعیین می‌کند، معمولاً سه امکان برایتان وجود دارد:

- ✓ صرفاً ارسال نامه‌ی پیش‌طرح
- ✓ ارسال نامه‌ی پیش‌طرح همراه با فصل‌های نمونه
- ✓ ارسال دست‌نوشته‌ی کامل

مرسوم اســت که نویسنده‌ها ابتدا نامه‌ی پیش‌طرح را ارســال کنند. نامه‌ی پیش‌طرح نامه‌ای کوتاه اســت کــه خطاب به نماینده‌ی ادبی می‌نویســید و در آن خود را معرفی می‌کنید تا او بتواند تصمیم بگیرد که آیا مایل اســت بیشتر درباره‌ی شما و اثرتان بداند یا خیر. اگر نامه‌ی پیش‌طرح نظر نماینده را جلب کند، اطلاعات بیشتری را طلب خواهد کرد؛ که این اطلاعات معمولاً شــامل فصل‌های نمونه، خلاصه‌ی داستانی، یک طرح پیشــنهادی کامل و یا تمام دست‌نوشته‌ی شماست. سپس اگر او به این نتیجه برسد که می‌تواند دست‌نوشــته‌ی شما را بفروشد، به شما پیشنهاد همکاری می‌دهد. قبل از رواج ای‌میل، این فرایند معمولاً ماه‌ها طول می‌کشید.

خوشــبختانه امروزه نماینده‌ها و نویسنده‌ها هر دو از ای‌میل استفاده می‌کنند. اما فرایند بالا هنوز هم ماه‌ها طول می‌کشــد. مشکل از ارائه و تحویل نیست. مشکل از فشردگی برنامه‌ی نماینده‌ها ناشــی می‌شــود. نماینده‌های معتبر زمان زیــادی را صرف عرضه و ارائه‌ی آثار مشــتریان خود می‌کنند. آن‌ها وقت کافی برای رســیدگی به ســیلی از

پیشـــنهادهای جدید را ندارند. چنین افرادی هروقت بتوانند به درخواست شما رسیدگی می‌کنند (البته اگر بتوانند).



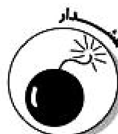
در نحوه‌ی تماس با یک نماینده‌ی ادبی نباید هیچ ابهامی وجود داشته باشد. تنها قانون ساده‌ای که وجود دارد این است که سری به وب‌سایتش بزنید و ببینید دقیقاً چه شرایطی برای تماس با او تعیین شده است. او احتمالاً در وب‌سایتش مشخص کرده است که چه اطلاعاتی نیاز دارد و این اطلاعات چطور باید ارائه شود. دستورات را موبه‌مو اجرا کنید؛ به این ترتیب نماینده هم شـــگفت‌زده می‌شود و هم سپاسگزار. اگر نماینده انتخاب بین پُســـت عادی یا الکترونیک را بر عهده‌ی خودتان گذاشـــت، ممکن است ارسال مطالب از طریق پُســـت عادی شانس شـــما را اندکی افزایش دهد. یک ورق کاغذ واقعی نشان می‌دهد که شـــما همین طور الکی پیش‌طرح‌های خود را برای تمام نماینده‌های موجود در کره‌ی زمین نمی‌فرستید.

تقریباً تمام نماینده‌ها نامه‌های پیش‌طرح را بررســـی می‌کنند. آن‌هایی هم که به نامه‌ی پیش‌طرح توجه نمی‌کنند افاده‌ای نیســـتند؛ فقط به‌قدری سرشان شلوغ است که دیگر نمی‌تواننـــد کار جدیدی را بر عهده بگیرند. همان‌طوری که شـــما در باک پر از بنزین، بنزین بیشتری نمی‌ریزید، نماینده‌هایی هم که وقت‌شان پر است، مشتری جدیدی قبول نمی‌کنند.

بعضی از نماینده‌ها ترجیح می‌دهند قســـمتی از دست‌نوشته، یا تمام آن را (به فصل ۱۶ مراجعـــه کنید) همراه با نامه‌ی پیش‌طرح، از طریق پُســـت یا ای‌میل دریافت کنند. اگر نماینده‌ی مورد نظرتان از شما چنین چیزی می‌خواهد، آن را برایش ارسال کنید.



زمانی‌که نماینده‌ها برای پاســـخ دادن به طرح پیشـــنهادی یا دست‌نوشته‌ی کامل نیاز دارند، از زمانی‌که برای پاسخ دادن به نامه‌ی پیش‌طرح نیاز دارند بسیار بیشتر است. اگر پاسخ خود را در عرض سه تا چهار ماه دریافت نکردید، می‌توانید ای‌میل کوتاهی ارسال کنید و در آن بپرســـید که می‌توانید انتظار پاســـخ داشته باشید یا خیر. فقط یادتان باشد که وقتی را که نماینده صرف رســـیدگی به‌کارتان می‌کند، به او در کســـب درآمد برای مشـــتریان فعلی‌اش کمکی نمی‌کند. در ضمن هر روز چندین نویســـنده با یک نماینده تماس می‌گیرند. به همین دلیل او نمی‌تواند وقت زیادی برای شـــما بگذارد. اما پس از امضای وکالت‌نامه یا قرارداد، او زمان بیشتری برای شما خواهد گذاشت، زیرا تحت این شـــرایط شما رییس او می‌شوید. اما قبل از رســـیدن به این مرحله، نماینده کارمند شما نیست و دِیـنی هم به شما ندارد. این حقیقت را بپذیرید و به آن احترام بگذارید.



دست‌نوشـــته‌ی خود را فقط در صورت درخواســـتِ نماینده برای او بفرستید. اگر او در وب‌ســـایتش گفته باشـــد که می‌خواهد ۳۰ صفحه از متن را همراه با طرح پیشنهادی دریافـــت کند، بیش از ۳۰ صفحه متن برایش نفرســـتید. اگر و فقـــط اگر نماینده کل

دست‌نوشته را از شما بخواهد، خودش این موضوع را به شما اطلاع می‌دهد و در عین‌حال مشخص می‌کند که باید متن را روی کاغذ برایش ارسال کنید یا به‌صورت الکترونیک.

دبیران انتخاب کتاب، کانون جهان نویسندگی شما

وجود دبیر انتخاب کتاب امری ضروری است. شما اصلاً نمی‌توانید بدون وجود چنین کسی کتاب خود را منتشر کنید. با اینکه ممکن است استخدام نماینده‌ی ادبی برای بعضی‌ها اختیاری باشد، اما وجود دبیر انتخاب کتاب – حداقل اگر با ناشران سنتی‌ای که به نویسنده درصد فروش می‌دهند، کار می‌کنید – اجباری است. دبیر انتخاب کتاب معمولاً در تمام کارهای زیر نقش دارد:

- ✓ کشف شما از میان توده‌های عظیم نویسندگان معمولی
- ✓ حمایت از دست‌نوشته‌ی شما تا لحظه‌ی پذیرش آن توسط کمیته‌ی نشر
- ✓ جنگیدن برای طرح جلد و عنوان خوب
- ✓ حصول اطمینان از اینکه اطلاعات پشت جلد کتاب نه زیاد باشد نه کم
- ✓ حصول اطمینان از اینکه کتاب شما در کاتالوگ ناشر جایگاه خوبی دارد و به بهترین نحو ممکن جلوه داده می‌شود
- ✓ تعریف از کتاب شما نزد تیم فروش، تا آن‌ها با انرژی مضاعف کار کنند و کتاب را به توزیع‌کنندگان مختلف بفروشند
- ✓ جنگیدن برای کسب بیشترین بودجه‌ی ممکن برای بازاریابی کتاب شما
- ✓ حصول اطمینان از اینکه شما اولین پیش‌نویس خود را به‌موقع تحویل می‌دهید
- ✓ نوشتن نامه‌ی بازبینی خطاب به شما، که در آن طوری از نقاط قوت کتاب تعریف شده و به نقاطی که به اصلاح نیاز دارند اشاره شده، که شما برای اِعمال اصلاحات نهایی انگیزه‌های بیشتری پیدا کنید
- ✓ پیگیری کار دست‌نوشته‌ی شما در طول مراحل ویرایش فنی، ویرایش ادبی و نمونه‌خوانی
- ✓ حصول اطمینان از ارسال متن صفحه‌بندی شده – صفحات حروف‌چینی و چاپ شده – برای شما جهت تأیید
- ✓ ارائه‌ی اطلاعات مورد نیاز به کارکنان واحد تبلیغات، تا آن‌ها بتوانند برای شما در تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و یا مجله‌ها وقت مصاحبه بگیرند
- ✓ دلگرم کردن شما، وقتی در مسیر انتشار، سردرگم، مأیوس، یا آشفته می‌شوید



دبیر انتخاب کتاب عاشق داستان‌های خوب است و از شما هم خوش‌اش می‌آید. اما او در وهله‌ی اول به صاحب‌کارش، یعنی ناشر متعهد است. البته راضی کردن و به موفقیت رساندن شما هم بخش مهمی از فرایند پول درآوردن برای ناشر است. پس می‌بینید که دبیر انتخاب روی لبه راه می‌رود و اگر گاهی با شما تندی می‌کند، به این خاطر نیست که با شما مشکل شخصی دارد. نشر یک جور کسب و کار است. اگر رفتار حرفه‌ای و رسمی‌ای داشته باشید، دبیر انتخاب راضی می‌شود و ارتباطتان راحت‌تر از زمانی خواهد بود که با او مثل هنرمندان پر افاده‌ای که پولشان از پارو بالا می‌رود رفتار کنید.

توصیه می‌کنیم که حتماً اجازه دهید نماینده‌تان دبیر انتخاب کتاب مناسبی را برایتان پیدا کند. نماینده‌های مجرب و کارکشته نسبت به شما روابط بیشتری دارند. اما همیشه این امکان هم وجود دارد که کتاب خود را مستقیماً به ناشر بفروشید؛ این امکان در مورد ناشران کوچک بیشتر است. بنابراین حتی اگر شما هرگز شخصاً چنین کاری را انجام ندهید، ارزش‌اش را دارد که روند آن را برایتان توضیح بدهیم، زیرا این تقریباً همان روندی است که نماینده در پیش می‌گیرد و آشنایی با آن خالی از لطف نخواهد بود.

اولین گام در فروختن یک اثر، تقریباً همیشه پیدا کردن دبیر انتخاب کتاب انتشاراتی است که پشتیبانی رمان شما را بپذیرد. شما (یا ترجیحاً نماینده‌ی ادبی‌تان) چطور می‌توانید مناسب‌ترین دبیر را برای پشتیبانی از کتاب‌تان پیدا کنید؟ همه‌اش به تحقیق مربوط می‌شود.

اول باید ببینید که کدام انتشاراتی‌ها برای نشر کتاب‌های متعلق به ژانر کاری شما مناسب‌اند. سپس باید در تک‌تک انتشارات‌هایی که بیشترین علاقه را به ژانر شما نشان داده‌اند دنبال دبیر بگردید.

پیدا کردن انتشارات

شما یا نماینده‌تان با طی مراحل زیر می‌توانید فهرستی از ناشرانی تهیه‌کنید که احتمالاً کارتان را می‌پسندند:

۱.ژانر اصلی و فرعی کتاب خود را بنویسید.

اگر ندانید ژانر کتاب‌تان چیست، نمی‌توانید آن را عرضه کنید و به فروش برسانید. پس ژانر اثرتان را به دقیق‌ترین شکل ممکن مشخص کنید. ما در فصل ۳ به تفصیل و بادقت درباره‌ی ژانرها و گونه‌های داستانی مختلف توضیح داده‌ایم تا شما بتوانید کتابی بنویسید که قابل فروختن باشد.

۲.فهرستی از کتاب‌هایی که اخیراً در این ژانر (اصلی و فرعی) به چاپ رسیده‌اند تهیه کنید.

۳.فهرستی از ناشرانی که آن کتاب‌ها را چاپ کرده‌اند تهیه کنید.

۴.کمی پرس و جو کنید یا با بررسی منابع اطلاعاتی صنعت نشر، دیگر ناشرانی را که به ژانر اصلی و فرعی کار شما علاقه‌مندند مشخص و به فهرست اضافه کنید.

۵.وب‌سایت‌های این ناشران را بررسی کنید و آن‌هایی را که منحل شده‌اند یا دیگر در این ژانر چیزی منتشر نمی‌کنند، از فهرست خود پاک کنید.

کدام دبیر را انتخاب کنیم؟

پس از اینکه فهمیدید کدام انتشارات ممکن است به‌کارتان علاقه نشان دهد، در هریک از آن‌ها یک دبیر انتخاب کتاب را به‌عنوان پشتیبان احتمالی کتاب‌تان شناسایی کنید. در این مورد هم، بهترین منبع اطلاعاتی شما وب‌سایت انتشارات است. اما ممکن است نویسنده، نماینده‌ی ادبی، یا ویراستارانی را بشناسید که بتوانند اطلاعات دست اولی درباره‌ی آن‌هایی که ژانر اصلی و فرعی‌تان را می‌پسندند برایتان رو کنند.

از میان دبیران شاغل در هر یک از انتشارات‌های موجود در فهرست‌تان، نام دبیر انتخاب کتابی را که مناسب‌تر به‌نظر می‌رسد بنویسید. در انتشارات‌های کوچک‌تر، معمولاً تمام انتخاب‌ها بر عهده‌ی یک نفر است. در انتشارات‌های بزرگ‌تر ممکن است چند دبیر وجود داشته باشد و در این صورت شما باید با کسب اطلاعات درباره‌ی آن‌ها به علایق‌شان پی ببرید.

حالا باید انتخاب کنید:

- ✓ شما (یا نماینده‌تان) می‌توانید از طریق پست عادی یا الکترونیک با دبیر انتخابی‌تان تماس بگیرید.
- ✓ شما (یا نماینده‌تان) می‌توانید شخصاً رمان‌تان را به دبیر انتخابی ارائه دهید.
- ✓ می‌توانید از یکی از دست‌اندر کاران صنعت نشر بخواهید از طرف شما با دبیر تماس بگیرد. (این مورد چندان متداول نیست، اما می‌تواند برای نویسندگانی که روابط خوبی با افراد مربوط دارند اتفاق بیفتد.)

اگر نماینده‌ی ادبی استخدام کرده باشید، می‌توانید ضمن اینکه او به این کارها رسیدگی می‌کند، لَم بدهید و به نوشتن ادامه دهید تا اتفاق خاصی بیفتد. اگر نماینده استخدام نکرده باشید، خودتان باید دست به‌کار شوید و پی کارها را بگیرید. اگر در یک همایش ادبی با دبیری آشنا شوید شانس موفقیت‌تان بیشتر از زمانی است که پیش‌طرح خود را مستقیماً نزد ناشر می‌فرستید. در قسمت بعدی درباره‌ی ارسال پیش‌طرح برای دبیران

انتخاب کتاب صحبت می‌کنیم.

تماس مستقیم با دبیران

ســال‌ها پیش، زمانی که نماینده‌ها و همایش‌های ادبی کمیاب بودند، نویســنده‌ها فقط دست‌نوشــته‌های خود را مستقیماً برای انتشارات می‌فرســتادند و سپس به خدا توکل می‌کردند. در آن زمان نویسنده هیچ چیز درباره‌ی دبیر انتخاب کتاب نمی‌دانست و روح دبیر هم از هویت نویسنده بی‌خبر بود. این روزها فرایند انتشار – حتی در انتشارات‌های کوچک – به‌ندرت چنین وضعی دارد.

از سفارش اصلی تا تخفیفی‌ها: توزیع و روند آن

خیلــی پیش‌تــر از اینکه رمان شــما به چاپ برسد، ناشر طی یک دوره‌ی سه تا چهار ماهه، در کاتالوگی عناوین کتاب‌های آتی را، همراه با فهرستی از عناوین کتاب‌های قدیمی‌ترِ موجود (ســیاهه)، اعلام می‌کند. ناشــر به تیم فروش پول می‌دهد تا با اســتفاده از ایــن کاتالوگ، کتــاب شــما را به مســئولان خریــد کتاب فروشــی‌ها عرضه کنند. سفارشات خرید پیش از چاپ نســخه‌های کتاب شما ثبت می‌شوند و به این ترتیب ناشــر می‌تواند شمارگان چاپ اول را محاســبه کند. تعداد نســخه‌هایی که ناشــر چاپ می‌کند از تعداد نسخه‌هایی که در سفارش‌های زودهنگام درخواست شده بیشتر اســت، زیرا چاپ کردن تعــداد زیادی کتاب به‌صورت یکجا از انجــام چند مرحله‌ای چاپ ارزان‌تر تمام می‌شود. حتی اگر مسئله‌ی هزینه هم در میان نباشــد، ناشــر همچنــان مجبور اســت تعداد کتاب‌های بیشتری را چاپ کند، زیرا چاپخانه‌ها اصولاً به یک انتشــارات تعلق ندارند و معمولاً شرط قبول سفارش برای آن‌ها شــمارگان بالای کتاب‌هاست. هر تعداد کتابی که در لحظه خریدار نداشــته باشــد، به انبار فرستاده می‌شود.

کتاب فروشی‌ها این حق را دارند تا کتاب‌هایی را که فروش نرفته اســت پس بفرســتند. این یعنی آن‌ها با سفارش تعداد بیش از حد کتاب متحمل ضــرر احتمالی نمی‌شــوند. اگر بعداً بفهمند که نمی‌توانند تمام کتاب‌ها را بفروشند، آن‌ها را به‌عنوان برگشتی پس می‌فرستند، چرا که ناشر موظف به تحویل گرفتن‌شان است.

در حالــت ایــده‌آل، کتــاب فروشــی‌ها تمام کتاب‌هــای ســری اول ســفارش خــود را می‌فروشــند و بعد دوباره ســفارش می‌دهند. اگر فــروش خوبِ کتاب بــرای مدتی طولانی ادامه داشــته باشد، ممکن است کتاب فروشی چندین بار سفارش خود را تمدید کند. در این صورت ممکن اســت کتاب‌هایی که ناشــر در انبار نگهداری می‌کند به اتمام برســند. در این صورت ناشــر می‌تواند با چاپخانه تماس بگیرد و رمان شما به چاپ دوم، سوم و چهارم برسد. اگر کتاب خــوب فروش نرود چــه؟ آن وقت کتاب‌های فروش نرفته و برگشــتی‌ها در انبار روی دســت ناشــر باد می‌کنند. هیچ ناشری نمی‌خواهد این‌طور کتاب‌هــا را تا ابد در انبار نگه دارد. پس وقتــی فرصت فروش کتاب‌تان تمام شــد، ناشر تلاش می‌کند از شر موجودی انبار خلاص شــود و کتــاب را از چاپ خارج کند. ناشــر معمولاً حق تقدم خرید کتاب‌های باقی‌مانده را به خود شــما می‌دهد. اگر شــما همه‌ی آن‌ها را نخرید، ناشر کتاب‌ها را به ازای

درصد اندکی از قیمت اصلی به یک مسئول تسویه می‌فروشد. اگر قبلاً در یک کتاب فروشی قسمت تخفیفی‌ها را دیده باشید، حالا دیگر می‌دانید که چرا قیمت‌ها در آن به‌طرز دیوانه کننده‌ای ارزان است.

در قسمتی از قرارداد شما به تمام این مسائل اشاره شده است. اکثر ناشران بخشی از عایدی شما را به‌عنوانِ درصدی از هزینه‌ی برگشتی‌ها (که معمولاً اجتناب‌ناپذیرند) نزد خود نگه‌می‌دارند. (برگشتی‌ها فروش منفی حساب می‌شوند و بابت آن‌ها درصد فروشی به شما تعلق نمی‌گیرد.)

در قرارداد شما یک پیش‌پرداخت برایتان در نظر گرفته شده است. این پول مفت نیست؛ پیش‌پرداختی است که از عواید فروش شما کسر می‌شود. اگر کتاب شما بیش از مقدار پیش‌پرداخت فروش نکند، ناشر ضرر می‌کند. اما اگر کتاب بیش از مبلغ پیش‌پرداخت فروش کند، شما باقی عایدی خود را - بر اساس درصد فروشی که برایتان تعیین شده است - به‌صورت دوره‌ای دریافت می‌کنید.

اگر این اطلاعات پیچیده به‌نظر می‌رسد، به خاطر این است که واقعاً پیچیده است. هیچ نابغه‌ای تا به حال نتوانسته پیش‌بینی کند کدام کتاب پرفروش می‌شود و کدام افتضاح به بار می‌آورد. ناشران سعی می‌کنند قراردادهایی تنظیم کنند که احتمال ضرر وارده به آن‌ها را به حد کمینه برسانند و سوددهی را برایشان بیشینه کنند. نماینده‌های ادبی سخت تلاش می‌کنند تا بخشی از ضررها را دوباره متوجه ناشر کنند و سود بیشتری را به شما برسانند. دلیل پیچیدگی قرارداد هم همین است. شاید هم به همین دلیل بهتر باشد یک نماینده‌ی ادبی استخدام کنید.



بسیاری از دبیران (خصوصاً آن‌هایی که برای انتشارات‌های بزرگ و سرمایه‌دار کار می‌کنند) دیگر از نویسنده‌هایی که نمی‌شناسند چیزی - حتی نامه‌های پیش‌طرح ساده - قبول نمی‌کنند. در سال‌های اخیر، بسیاری از ناشران متوسط نیز چنین رویه‌ای را در پیش گرفته‌اند. این کارِ آن‌ها دو دلیل دارد:

- ✓ **وقت:** دفاتر انتشاراتی اغلب هزاران یا ده‌ها هزار درخواست همکاری ناخواسته و بی‌حساب در هر سال دریافت می‌کنند. این درخواست‌ها اکثراً توسط نویسنده‌های تازه‌کاری ارائه می‌شود که لای هیچ کتاب نویسندگی‌ای را باز نکرده‌اند و به خودشان زحمت نداده‌اند تا اصول صحیح ارائه‌ی کار را یاد بگیرند. در گذر سال‌ها، ناشران بیشتری تصمیم گرفته‌اند صرفاً به این تقاضاهای ناخواسته هیچ وقعی نگذارند.
- ✓ **خطر:** پس از رعب و وحشت ناشی از تهدید نامه‌ی آلوده به ویروس سیاه‌زخم - که در ادامه‌ی وقایع ۱۱ سپتامبر اتفاق افتاد - تعدادی از ناشران تصمیم گرفتند اجازه ندهد کارکنان بخش دریافت نامه‌ها در معرض خطرات حاصل از باز کردن بسته‌های دریافت شده از منابع ناشناخته قرار گیرند. به‌علاوه، به خاطر ویروس‌های کامپیوتری، بعضی از ناشران نسبت به باز کردن پیوست‌های الکترونیکی فرستاده شده توسط افراد ناشناخته با احتیاط زیادی عمل می‌کنند.

اگر می‌خواهید مســـتقیماً با یک دبیر تماس بگیرید، اول وب‌سایت ناشر را بررسی کنید و ببینید او برای تماس (اگر اصلاً مایل به برقراری ارتباط هســـت) دقیقاً چه شـــروطی گذاشته است. شرایط گذاشته شـــده را موبه‌مو اجرا کنید. این شرایط مشخص می‌کنند که آیا دبیر نامه‌ی پیش‌طرح و بســـته‌ی همراه پیش‌طرح (حاوی فصل‌های نمونه، طرح پیشـــنهادی، یا دست‌نوشـــته‌ی کامل) را نیاز دارد یا خیر. همچنین در وب‌سایت نوشته می‌شود که آیا دبیر مطالب را به‌صورت الکترونیکی دریافت می‌کند یا روی کاغذ.

اگر دبیر را پیشـــتر در یک همایش ادبی، یـــا در جایی دیگر، دیده‌اید و دارید فصل‌های نمونه، خلاصه‌ی داستانی، طرح پیشنهادی، یا دست‌نوشته‌ی کامل را – بنا بر درخواست خودِ او – می‌فرستید، روی بسته بنویسید "مطالب خواسته شده". برای اطلاعات بیشتر در این زمینه به فصل ۱۶ مراجعه کنید.

بخش ۵

بخش ده‌تایی‌ها

موج پنجم

ریچ تنانت



“مایلم رمان‌نویس بشوم. فقط نمی‌دانم به اندازه‌ی نثر در مغزم هست یا نه.”

در این بخش...

در این قسمت، که یکی از قسمت‌های کلاسیک سری کتاب‌های دامیز است، چند فصل مرجع کوتاه خواهیم داشت که بناست در فرایند نوشتن و فروش داستان‌های خواندنی، شما را یاری کنند. در این بخش ده گام برنامه‌ریزی و تحلیل داستان شما را پوشش می‌دهیم و به ده دلیل رد شدن رمان‌ها توسط ناشران می‌پردازیم.

فصل ۱۸

ده گام برای تحلیل داستان شما

در این فصل

- خلق خطِ داستانی و ساختار سه‌پرده‌ای
- تعریف شخصیت‌ها و آفرینش اسکچ و چارت برای آن‌ها
- نوشتن خلاصه‌های داستانی کوتاه و بلند
- باز کردن اجزای صحنه‌ها

داستان‌های فوق‌العاده با برنامه‌ریزی آفریده می‌شوند نه به‌صورت اتفاقی. شما می‌توانید قبل یا بعد از نوشتن داستان به آن نظم دهید. نکته‌ی مهم این است که زمانی را صرف کار کردن روی طرح داستان‌تان کنید و بعد آن را طوری شکل دهید که طرحی که برایش ریخته‌اید شما را در نیل به هدف نهایی‌تان (یعنی اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده) یاری کند.

در این فصل به توصیف ده گامِ روش دانه‌برفی، که رَندی آن را ابداع کرده و از شیوه‌های محبوب برای تحلیل طرح داستان است، می‌پردازیم. این گام‌ها کمک می‌کنند از یک ساختار ساده شروع کنید و آهسته آهسته پیچیدگی‌هایی را به آن بیفزایید تا در نهایت طرح زیبایی از داستان‌تان زاده شود. نحوه‌ی چینش مراحل از بالا به پایین است. در ضمن رَندی دوست دارد توسعه‌ی پی‌رنگ و شخصیت را یکی در میان انجام دهد؛ بنابراین مراحل ۲، ۴، ۶ و ۸ به پی‌رنگ می‌پردازند و مراحل ۳، ۵ و ۷ درباره‌ی شخصیت هستند. این کار باعث می‌شود داستان به‌شکلی متعادل توسعه پیدا کند.

شما می‌توانید فارغ از الگوی نوشتاری خلاقی که برگزیده‌اید، از رهنمودهای روش دانه‌برفی استفاده کنید؛ الگوی نوشتاری خلاق صرفاً روشی برای نوشتن پیش‌نویس اول است. روش دانه‌برفی، شیوه‌ای برای تحلیل داستان است. پس اگر از الگوی دانه‌برفی یا الگوی طرح کلی استفاده می‌کنید، بهتر است تحلیل دانه‌برفی را پیش از نوشتن پیش‌نویس اول اِعمال کنید. اما اگر از یکی از الگوهای غریزی یا ویرایش همزمان استفاده می‌کنید (در فصل ۴ درباره‌ی این الگوهای نوشتاری رایج توضیح داده‌ایم)، اول باید پیش‌نویس اولیه را بدون داشتن یک طرح کلی بنویسید و سپس از روش دانه‌برفی

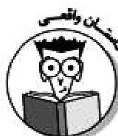
برای تحلیل و ویرایش آن بهره ببرید. (برای اطلاعات بیشتر در زمینه‌ی روش دانه‌برفی به وب‌سایت رَندی، www.snowflakemethod.com، مراجعه کنید.)



هیچ کدام از مراحل روش دانه‌برفی قرار نیست جادو و جمبل کنند. انجام هیچ کدام هم قبل از نوشتن داستان الزامی نیست. شما می‌توانید آن‌ها را به هر ترتیبی که دوست دارید انجام دهید. حتی می‌توانید آن‌ها را از آخر به اول و از گام ۱۰ شروع کنید و به گام ۱ برسید. این مراحل صرفاً ابزاری هستند برای کمک به طراحی و تحلیل داستان شما. همان چیزی را به‌کار ببندید که به دردتان می‌خورد و بی‌خیالِ بقیه شوید.

گام ۱: خطّ داستانی را بنویسید

اول *خطّ داستانی* را بنویسید؛ خطّ داستانی خلاصه‌ی تک‌جمله‌ای داستان شماست. (در فصل ۸ به تفصیل و با چندین مثال، درباره‌ی نحوه‌ی نوشتن خطّ داستانی توضیح دادیم.) شما خطّ داستانی را برای جلب توجه نماینده‌ی ادبی یا دبیر انتخاب کتاب نیاز دارید. نماینده‌ی ادبی از خطّ داستانی برای عرضه و فروش داستان به ناشر استفاده می‌کند. دبیر انتخاب کتاب خطّ داستانی را برای فروختن ایده‌ی کتاب به کمیته‌ی نشر و تیم فروش به‌کار می‌برد. خطّ داستانی شما در تمام مراحل زنجیره‌ی فروش – تا خودِ خواننده‌ها که از آن برای تعریف و تمجید از کتاب شما نزد دوستان‌شان استفاده می‌کنند – کاربرد دارد. خطّ داستانی حتی برای خود شما هم مفید است، زیرا تمرکزتان را در طول فرایند ویرایش حفظ می‌کند، تا لازم نباشد مدام به این فکر کنید که چه مطالبی برای داستان ضرورت دارند و چه مطالبی پیشِ پا افتاده‌اند.



خطّ داستانی رمان اول رَندی این بود: "یک فیزیکدان برای قتل پاولِ حواری در زمان به عقب برمی‌گردد." این جمله فقط ۱۱ واژه دارد، اما چندین نسخه از کتاب او را در جلسات معارفه و امضای کتاب و جاهای دیگر به فروش رساند.



در خطّ داستانی، روی کشمکش اصلی داستان تمرکز کنید. اسمی از شخصیت‌ها به میان نیاورید؛ به‌جای این کار چیز جالبی درباره‌ی دو یا سه نفر از آن‌ها که اهمیت بیشتری دارند بگویید. خطّ داستانی باید حداکثر ۲۵ واژه داشته باشد و اگر بتوانید آن را با ۱۵ واژه بنویسید، امتیاز بیشتری می‌گیرید.

گام ۲: ساختار سه‌پرده‌ای را بنویسید

خطّ داستانی را در قالب ساختار سه‌پرده‌ای بسط دهید. ساختار سه‌پرده‌ای خلاصه‌ای یک بندی است که ساختار پیشرفته‌ی داستان شما را توصیف می‌کند. (در فصل ۸ به‌طور کامل درباره‌ی ساختار سه‌پرده‌ای – مفهومی بسیار رایج در صنعت نشر –

توضیح دادیم.) اگر داســـتان خود را قبلاً نوشته باشید، خواهید فهمید که تحلیل ساختار سه‌پرده‌ای به شما کمک می‌کند تکه‌های بزرگ داستان خود را بهتر درک کنید.

توصیه می‌کنیم که خلاصه‌ی یک‌بندی خود را با استفاده از پنج جمله و به کمک الگوی ساده‌ی زیر بنویسید:

- ✓ **جمله‌ی ۱:** پیش‌زمینه‌ی داستانی را توصیف کنید و درباره‌ی شخصیت‌های اصلی حرف بزنید. (در فصل ۶ درباره‌ی پیش‌زمینه‌ی داستانی توضیحات کاملی داده‌ایم.)
- ✓ **جمله‌ی ۲:** ربع اول داســـتان را توصیف کنید؛ این قســـمت باید به یک فاجعه‌ی عظیم ختم شود که باعث می‌شود شخصیت اصلی به داستان و هدف داستانی‌اش تعهد پیدا کنید. (در فصل ۷ بادقت به شخصیت‌ها و اهداف داستانی پرداخته‌ایم.)
- ✓ **جمله‌ی ۳:** ربع دوم داســـتان را توصیف کنید؛ این قسمت باید به دومین فاجعه‌ی بزرگ، که در میانه‌ی داستان واقع شده است، ختم شود.
- ✓ **جمله‌ی ۴:** ربع ســـوم داســـتان را توصیف کنید؛ این قسمت به سومین و بدترین فاجعه‌ی داســـتان ختم می‌شود. این فاجعه سبب می‌شود شخصیت اصلی تن به رویارویی نهایی دهد.
- ✓ **جمله‌ی ۵:** رویارویی نهایی و نحوه‌ی گره‌گشایی از داستان را توسط آن توضیح دهید.



هر داســـتانی اول، وســـط و آخر دارد و هر یـــک از این‌ها یکی از پرده‌های ســـاختار ســـه‌پرده‌ای محسوب می‌شوند. پرده‌ی اول (آغاز داستان) تقریباً ربع داستان را پوشش می‌دهد. این پرده به فاجعه‌ای ختم می‌شـــود که آن را مســـتقیماً به پرده‌ی دوم (وسط داستان) وصل می‌کند. پرده‌ی دوم طولانی است – تقریباً نیمی از کل کتاب را به خود اختصاص می‌دهد – و در وســـط آن باید فاجعه‌ی بزرگی رخ دهد تا میانه‌ی داســـتان کشدار و ملال‌آور نشود. پرده‌ی دوم به سومین فاجعه‌ی بزرگ داستان ختم می‌شود که آن را مستقیماً به پرده‌ی سوم (آخر داستان) وصل می‌کند. در پرده‌ی سوم شما رویارویی نهایی را نشان می‌دهید و گره از تمام جریان‌های داستانی می‌گشایید.

گام ۳: شخصیت‌ها را تعریف کنید

برای هر یک از شخصیت‌های مهم داستان خود، اطلاعات اساسی زیر را بنویسید:

- ✓ **نام:** نام شخصیت را بنویسید (اگر اسمی روی او نگذاشته‌اید نقش او را بنویسید؛ مثلاً "قهرمان"، "تبهکار")
- ✓ **آرزو:** کدام چیز انتزاعی است که شخصیت‌تان آن را بیش از هر چیز دیگری می‌خواهد؟

- ✓ **هدف داستانی:** به اعتقاد این شخصیت، کدام امر ملموس او را به آرزویش می‌رساند؟
- ✓ **کشمکش:** چه چیزی مانع رسیدن شخصیت به هدف داستانی‌اش می‌شود؟
- ✓ **دگرگونی:** شخصیت چطور متحول می شود یا در طول داستان چه درسی می‌گیرد؟
- ✓ **خلاصه‌ی تک‌جمله‌ای:** اگر این داستان در اصل درباره‌ی این شخصیت بود، خطّ داستانی آن چه می‌توانست باشد؟
- ✓ **خلاصه‌ی یک‌بندی:** اگر این داستان در اصل درباره‌ی این شخصیت بود، ساختار سه‌پرده‌ای آن چه می‌توانست باشد؟

اگر داستان‌تان را قبلاً نوشته باشید و نتوانید به تمام این سؤالات جواب دهید، باید بدانید که احتمالاً ضعف بزرگی در شـخصیت‌پردازی داشته‌اید. حالا، یعنی پیش از آغاز فرایند ویرایش، وقت بسیار خوبی برای رفع این نقطه ضعف است.



همه‌ی شـخصیت‌های داستان شـما معتقدند که خودشان شـخصیت اصلی هستند. خلاصه‌ی تک‌جمله‌ای و خلاصه‌ی یک بندی هر شخصیت را طوری بنویسید که گویی تمام کیهان حول محور او بنا شده است. این کار برای آفرینش شخصیت‌های سه‌بُعدی ضرورت دارد. هرگز شـخصیتی خلق نکنید که تنها دلیل وجودش روح و جان بخشیدن به شخصیت‌های دیگر است. (برای توضیحات بیشتر در این مورد به فصل ۷ بروید.)

گام ۴: یک خلاصه‌ی کوتاه بنویسید

در گام ۲ خلاصه‌ای یک‌بندی نوشـتید که ساختار سـه‌پرده‌ای داستان‌تان را توصیف می‌کند. حالا هر جمله از این بند را در قالب یک بند مجزا بسـط دهید. به این صورت یک صفحه‌ی کامل خواهید داشت که ما به آن خلاصه‌ی کوتاه می‌گوییم. این خلاصه به‌نوعی کوتاه‌تر از خلاصه‌ی داستانی دو صفحه‌ای لازم برای طرح پیشنهادی – که در فصل ۹ توصیف کردیم – است.



خلاصه‌ی کوتاه باید در زمان حال نوشـته شـود و باید داستان را به‌صورت مختصری ارائه دهد. در این خلاصه روی نکات بسیار مهم تمرکز کنید. شما نمی‌توانید تمـام صحنه‌هـا را توصیف کنیـد. در نهایت می‌توانید از این خلاصه‌ی کوتاه برای نوشـتن خلاصه‌ی داسـتانی مورد اسـتفاده در طرح پیشنهادی اسـتفاده کنید. اما هدف اصلی از نوشـتن خلاصه‌ی کوتاه کمک به نویسـنده در درک بهتر ساختار داستان، از طریق افزودن جزئیات به خلاصه‌ی یک بندی گام ۲ است.

گام ۵: اسکچ شخصیت‌ها را بنویسید

برای هر یک از شـــخصیت‌های مهم تعریف شـــده در گام ۳، اسکچی در قالب یک یا چند بند بنویســـید (برای مهم‌ترین شـــخصیت‌ها می‌توانید اسکچ را تا یک صفحه ادامه دهید). پیشـــینه‌ی داستانی شخصیت را خلاصه کنید. ارزش‌ها، آرزوها و اهداف داستانی او را توضیح دهید تا معلوم شـــود که آن‌ها چطور در داســـتان کنـــار هم قرار می‌گیرند. اسکچ شخصیت اهمیت بسیار زیادی دارد که این اهمیت خصوصاً از تمرکز اسکچ روی پیشینه‌ی داستانی، ارزش‌ها و افزودن جزئیات بیشتر به داستان اصلی ناشی می‌شود. در ضمن اسکچ شخصیت بسیاری از کمبودهای اطلاعاتی موجود در گام ۳ را رفع می‌کند. وجود این اطلاعات در درک شخصیت‌ها نقشی حیاتی دارد.

توجه کنید که شـــما یکی در میان بـــه تحلیل پی‌رنگ و شـــخصیت‌ها می‌پردازید. ما دریافته‌ایم که این کار سبب می‌شود هر دوی آن‌ها تقویت شوند.



دبیران انتخاب کتاب عاشق خواندن اسکچ‌های شخصیتی هستند. اگر شما اسکچ‌ها را در قالب بندهای کامل و به‌گونه‌ای نوشته باشید که جذابیت هر شخصیت را برای خواننده افزایش دهند، می‌توانید همین اســـکچ‌ها را مستقیماً در طرح پیشنهادی خود بگنجانید.

گام ۶: یک خلاصه‌ی بلند بنویسید

در گام ۴ یک خلاصه‌ی کوتاه یک صفحه‌ای نوشـــتید و در آن داســـتان خود را به‌طور مختصر ارائه کردید. حالا هر یک از بندهای آن خلاصه را به چند بند بسط دهید (نهایتاً به یک صفحه) تا خلاصه‌ی بلندی بیافرینید که در آن تمام جزئیات بااهمیت داســـتان گنجانده شـــده‌اند. این خلاصه احتمالاً چهار-پنج صفحه‌ای خواهد بود و به همین دلیل از خلاصـــه‌ی معمولی‌ای کـــه (طبق توضیحات ما در فصل ۹) برای طرح پیشـــنهادی می‌نویسید بلندتر است.

باز هم تأکید می‌کنیم که شما در حال اضافه کردن جزئیات به‌شکلی اصولی هستید؛ اول به پی‌رنگ، بعد به شخصیت‌ها و بعد باز به پی‌رنگ. این تناوب شما را درگیر کار می‌کند و تعادل بین پی‌رنگ و شخصیت‌ها را در داستان برقرار نگه‌می‌دارد.



خلاصه‌ی بلند باید در زمان حال نوشـــته شود و در آن امکان پرداختن به جزئیات بیش از پیش وجود داشـــته باشد. در این خلاصه به‌قدری جا هست که می‌توانید در یک، دو، یا حتی ســـه بند به تمام صحنه‌های داستان خود اشاره کنید. چشم‌پوشی از صحنه‌های پیش پا افتاده بلامانع است، اما به صحنه‌های مهم حتماً باید اشاره کنید. هدف از نوشتن این خلاصه حصول اطمینان از درســـتی داستان است. شاید در نهایت از خلاصه‌ی بلند

در طرح پیشـــنهادی استفاده کنید و شـــاید هم آن را هرگز به هیچ احدی نشان ندهید. هدف این اســـت که ایرادهای پی‌رنگ را در متن ساده‌ای که در عرض چند دقیقه قابل خواندن است بیابید و برطرف‌شان کنید.

گام ۷: پرونده‌ی شخصیت را درست کنید

برای هر یک از شخصیت‌های مهم داستان پرونده‌ای بسازید که تمام جزئیاتی را که باید بدانید شـــامل شود. (در فصل ۱۲ توضیح داده‌ایم که چه مطالبی در پرونده‌ی شخصیت جای می‌گیرنـــد و اصلاً چرا به چنین چیزی نیاز دارید.) این پرونده جایی اســـت برای ثبت تمام خرده‌هـــای اطلاعاتی که به آن‌ها نیاز دارید. بعضی از موارد بدیهی پرونده‌ی شخصیت عبارت‌اند از:

- ✓ داده‌های آماری، مثل اسم، تاریخ تولد و مانند آن.
- ✓ توصیفات جسمانی، مثل رنگ مو، رنگ چشم، قد، وزن و جای زخم.
- ✓ مشکلات جسمانی و روانی
- ✓ تحصیلات، مهارت‌های کاری و استعدادهای ویژه
- ✓ ترس‌ها، امیدها و رؤیاها
- ✓ پیشینه‌ی داستانی (گذشته‌ی شخصیت شما)



هیچ فهرســـت کاملی از جزئیاتی که باید درباره‌ی شخصیت‌ها بدانید وجود ندارد. روی ویژگی‌ها و خلقیاتی تمرکز کنید که برای گونه‌ی داســـتانی شـــما مهم‌اند. یادتان باشد که هدف از این پرونده‌ســـازی پیشگیری از اشتباهات ناشیانه‌ای است مانند رنگ چشم شـــخصیت که در صفحه‌ی ۱۷ سبز اســـت و در در صفحه‌ی ۳۸۴ یکدفعه خاکستری می‌شود. اطلاعات شما درباره‌ی شخصیت‌ها باید از آنچه با خواننده‌ها در میان می‌گذارید بسیار بیشتر باشد.

گام ۸: فهرست صحنه‌ها را تهیه کنید

فهرســـت صحنه‌ها را بنویســـید. این فهرســـت خلاصه‌ی کوتاهی از تمام صحنه‌های داســـتان را ارائـــه می‌دهد. (در فصل ۹ درباره‌ی فهرســـت صحنه‌ها و نحوه‌ی خلق آن توضیح دادیم.) شـــما در گام‌های ۴ و ۶ خلاصه‌های کوتاه و بلند داســـتان خود را خلق کردید. اما هیچ‌یک از این خلاصه‌ها تمام صحنه‌های داستان را دربرنمی‌گیرند.

هدف از نوشـــتن فهرست صحنه‌ها کمک به جابه‌جا و مرتب کردن آن‌ها و بررسی تأثیر

این کار روی داســـتان است. اگر این کار را پیش از نوشتن داستان انجام دهید، فهرست صحنه‌ها کمک‌تان می‌کند شـــکاف‌های موجود در آن را پر کنید. اگر فهرست صحنه‌ها را پس از اتمام داســـتان تهیه کنید، به کمک آن می‌توانید نمای کلی داستان را در یک نگاه گسترده ببینید و از این رهگذر بفهمید کدام صحنه‌ها بار لازم را به دوش می‌کشند و کدام یک از آن‌ها کمکی به روایت داستان نمی‌کنند.

اگـــر از روش‌های دانه‌برفی یا طرح کلی پیروی می‌کنید، (اگر مطمئن نیســـتید الگوی نوشـــتاری‌تان کدام اســـت، به فصل ۴ مراجعه کنید) در پایان این گام اطلاعات کافی برای نوشتن طرح پیشنهادی را کسب کرده‌اید. آیا اصلاً باید طرح پیشنهادی بنویسید؟ بستگی دارد. رمان‌نویســـی که اثر یا آثارش قبلاً منتشر شده باشد همیشه پیش‌طرح یا طرح پیشـــنهادی می‌نویسد، کتابش را می‌فروشد و بعد دست‌نوشته‌اش را می‌نویسد. اما رمان‌نویس‌هایی که هنوز اولین کار خود را نفروخته باشند، نمی‌توانند چنین کاری بکنند. زیرا باید به نماینده‌ها و دبیران انتخاب کتاب ثابت شود که نویسنده قادر است داستان را به پایان برساند و تنها در این صورت است که آن‌ها اثر را خریداری خواهند کرد. مدرکی که به نماینده یا دبیر ثابت می‌کند که نویسنده از پس وظیفه‌اش برمی‌آید، یک نسخه‌ی کامل و پرداخت‌شـــده از رمان است. هیچ ناشـــری حاضر نیست بابت پرداخت دستمزد به نویســـنده‌ی تازه‌کاری که نمی‌تواند داســـتان‌اش را تمام کند ضرر کند. (در فصل ۱۶ درباره‌ی پیش‌طرحِ نویسندگان توضیح داده‌ایم.)

خلاصه‌ی کلام این است که اگر قبلاً اثری از شما چاپ شده باشد، می‌توانید هر چیزی را که تا این لحظه نوشـــته‌اید بردارید، یک پیش‌طرح یا طرح پیشـــنهادی هم بنویسید و شـــروع به تماس گرفتن با نماینده‌ها و دبیران کنید. حتی اگر اثر منتشـــر شده‌ای هم ندارید، نوشـــتن طرح پیشـــنهادی در این مقطع می‌تواند تمرین خوبی باشـــد. شاید بد نباشـــد که یک طرح پیشنهادی بنویسید و آن را به یک همایش ادبی ببرید. یک طرح پیشـــنهادی خوب می‌تواند نماینده‌ی ادبی را نسبت به شما و اثرتان ذوق‌زده کند. فقط ســـعی کنید پیش از داشتن دست‌نوشته‌ی پرداخت شده‌ای که بتوانید طرح پیشنهادی را بر آن بنا کنید، انتظار نداشته باشید داستان‌تان به فروش برود.



بسیاری از نویسنده‌ها فهرست صحنه‌های خود را روی کارت‌های یادداشت می‌نویسند تا بتوانند با بُـــر زدن و جابه‌جا کردن آن‌ها بهترین توالی ممکن را برایشان پیدا کنند. سایر نویسنده‌ها ترجیح می‌دهند فهرست صحنه‌های خود را روی حافظه‌ی کامپیوترشان نگه دارند. رَندی مدت‌هاســـت که استفاده از نرم‌افزارهای صفحه‌گسترده را برای ذخیره کردن فهرست صحنه‌هایش ترجیح می‌دهد، زیرا صفحه‌گسترده به شما اجازه می‌دهد:

- ✓ به‌راحتـــی صحنه‌ها را جابه‌جا و ویرایش کنید، صحنه‌های جدید به آن‌ها بیفزایید و صحنه‌های به‌دردنخور را حذف کنید

- ✓ از فهرست صحنه‌ها کپی بگیرید تا بدون نگرانی بابت خراب شدن کارتان، بتوانید ترکیب صحنه‌های جدید را بیازمایید
- ✓ به‌راحتی از تعداد واژه‌های هر صحنه آگاه باشید؛ اگر شمار واژگان دست‌نوشته‌ی شـــما زیاد (یا کم) باشد، به‌آســـانی می‌توانید شاهد آثار افزودن یا حذف صحنه‌ها روی شمار کلی واژگان باشید

گام ۹: صحنه‌ها را تحلیل کنید

شـــما در گام ۸، فهرســـت صحنه‌ها را خلق کردید. اگر پیش‌نویس اولیه‌ی داستان‌تان هنوز آماده نباشـــد، شاید وسوسه شده باشید که نوشتن را آغاز کنید. شما آزادید که این کار را انجام دهید. اما اگر دوســـت دارید کمی بیشتر درباره‌ی صحنه‌ها فکر کنید، یا اگر پیش‌نویس اولیه را قبلاً نوشـــته‌اید، گام بعدی تحلیل صحنه‌هاست. بابت هر صحنه در داستان، موارد زیر را بنویسید:

- ✓ **نوع صحنه‌ها:** آیا صحنه کنشـــی اســـت یا واکنشـــی؟ (در فصل‌هـــای ۱۰ و ۱۴ درباره‌ی این دو نوع اصلی صحنه توضیح داده‌ایم.) ســـاختار صحنه‌ی کنشـــی عبارت اســـت از: هدف-کشمکش-پس‌رفت؛ و ساختار صحنه‌ی واکنشی عبارت است از: واکنش-دوراهی-تصمیم.
- ✓ **شخصیت مُشرف:** شخصیت مُشـــرف در ایـــن صحنه کیست؟ آیا از زاویه‌ی دید اول‌شخص می‌نویسید یا سوم‌شخص، سوم‌شخص بی‌طرف یا دیگر زوایای دید؟ آیا روایت در زمان گذشته است یا حال؟
- ✓ **مقدمه‌چینـــی:** صحنه در کجا اتفـــاق می‌افتد؟ در چه تاریخی و ســـاعتی؟ کدام شخصیت در این صحنه نقش دارد؟
- ✓ **آغاز:** اگر این صحنه کنشـــی است، هدف آن چیست؟ اگر صحنه واکنشی است، واکنش چیست؟
- ✓ **میانه:** اگر این صحنه کنشـــی است، کشـــمکش آن چیست؟ اگر صحنه واکنشی است، دوراهی آن چیست؟
- ✓ **پایان:** اگر این صحنه کنشی است، پس‌رفت در آن چیست؟ اگر صحنه واکنشی است، تصمیمِ آن چیست؟
- ✓ **سایر موارد:** چه اطلاعات ویژه‌ای را می‌خواهـــید به یاد داشتـــه باشـــید تا بعداً به این صحـــــنه اضافه کنید (البته اگر هنوز اضافه‌شـــان نکرده‌اید)؟ چه مواردی را باید حتماً در این صحنه اصلاح کنید، یا در موردشـــان تحقیق کنید (البته اگر صحنه را نوشته‌اید)؟

لازم نیست صحنه‌ها را پیش از نوشتن داستان تحلیل کنید؛ هیچ ایرادی ندارد. اول صحنه را بنویسید! اما بعداً، وقتی آن را نوشتید، باید وقت بگذارید و آن را درست کنید. سؤالاتی که در بالا مطرح کردیم دقیقاً همان سؤالاتی‌اند که پاسخ دادن به آن‌ها در درست کردن صحنه کمک‌تان خواهد کرد.

گام ۱۰: داستان را بنویسید و ویرایش کنید

این گام تنها در صورتی به دردتان می‌خورد که هنوز پیش‌نویس اولیه‌ی دست‌نوشته‌تان را ننوشته باشید. اگر برای طراحی داستان خود از روش دانه‌برفی استفاده کرده باشید، حالا آماده‌ی نوشتن هستید. پس دست به‌کار شوید! نوشتن را از صحنه‌ای که برایتان بیشترین جذابیت را دارد آغاز کنید.

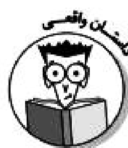


یک چیز را به خاطر بسپارید: همیشه و در تمام لحظات، یا باید در حالت خلاق به سر ببرید یا حالت ویراشگر. کار را پیش از نوشتن ویرایش نکنید. به این حالت می‌گویند خشکی قلم و اگر به آن دچار شوید کاملاً از نوشتن باز می‌مانید. فقط بنویسید. تند و تند بنویسید. به‌شدت بنویسید. بروید زیر جلد شخصیت مُشرف، به او تبدیل شوید و واژه بتراشید.

بخش نرم‌افزاری طرح‌ریزی داستان

اینکه بدانید چه باید بکنید یک طرف و عملی کردن و پیش بردن مرحله به مرحله‌ی داستان هم یک طرف. رَندی، که چندین سال به‌عنوان یک فیزیکدان محاسباتی شاغل بود، یک محصول نرم‌افزاری به نام *Snowflake Pro* طراحی کرده که از طریق آن انجام ده گام روش دانه‌برفی آسان می‌شود. نرم‌افزار *Snowflake Pro* روی اکثر سیستم‌های عامل (ویندوز، مَک و لینوکس) قابل اجراست.

به کمک این برنامه می‌توانید تمام خط‌های داستانی، فاجعه‌ها، شخصیت‌ها، ارزش‌ها، آرزوها، خلاصه‌های داستانی و صحنه‌ها را پیگیری کنید. علاوه بر این، نرم‌افزار *Snowflake Pro* یک امکان جالب هم در انتهای کار به شما می‌دهد: دکمه را فشار دهید و ببینید نرم‌افزار چطور استخوان‌بندی طرح پیشنهادی کتاب‌تان را می‌نویسد. ده مرحله‌ی روش دانه‌برفی شما را وادار می‌کنند تمام اطلاعاتی را که برای نوشتن طرح پیشنهادی لازم دارید آماده کنید، تا نرم‌افزار *Snowflake Pro* بتواند آن‌ها را کنار هم بچیند و فایلی با فرمت RTF (که در تمام واژه‌پردازها قابل اجراست) تهیه کند. این نرم‌افزار به شما فضای کافی می‌دهد تا اطلاعات جامانده از طرح پیشنهادی را در نرم‌افزار واژه‌پرداز خود به آن بیفزایید. درباره‌ی *Snowflake Pro* می‌توانید در وب‌سایت رَندی (www.snowflake.com) بیشتر بخوانید.



می‌توانید هر وقت دوست داشـــتید پیش‌نویس اولیه را ویرایش کنید. رَندی معمولاً هر وقت می‌خواهد بنویسد، اول به سراغ نوشته‌های دفعه‌ی قبلش می‌رود و با ویرایش آن‌ها انرژی می‌گیرد. به این صورت، وقتی ویرایش قســـمت‌های قبلی تمام شد، موتور رَندی روشن می‌شود و حالا شوق نوشتن تکه‌های جدیدی از داستان را دارد. پیتر دوست دارد اول یک فصل کامل بنویسد و بعد آن را ویرایش کند. اگر شما از روش ویرایش همزمان پیروی می‌کنید، ممکن است ترجیح دهید با نوشتن هر صفحه به عقب برگردید و آن را ویرایش کنید. اشکالی ندارد. فقط حتماً اول بنویسید و بعد ویرایش کنید.

همین طور که با داســـتان خود پیش می‌روید، ممکن اســـت حـــس کنید که بعضی از شـــخصیت‌ها جان گرفته‌اند و دلشان نمی‌خواهد از برنامه‌های از قبل تعیین شده‌ی شما پیروی کنند. هیچ ایرادی ندارد. شما خداوندگار جهانی هستید که خلق کرده‌اید، اما این حق را هم دارید که کمی تا قســـمتی اختیار و اراده‌ی آزاد به شـــخصیت‌هایتان بدهید. وقتی آن‌ها از این اختیار اســـتفاده کنند، کاری را که شـــما انتظار دارید انجام نمی‌دهند. این اجازه را به آن‌ها بدهید.

اگر داستان شروع به انحراف از مسیری که برایش تعیین کرده‌اید بکند چه؟ کاری ندارد، دوباره برایش تعیین مسیر کنید! رَندی معمولاً پس از نوشتن یک‌چهارم داستانش، طرح اصلی آن را کمی اصلاح می‌کند. این کار فقط یکی دو ســـاعت از وقت او را می‌گیرد. اما آزمودن عاقبت آن شـــخصیت‌های مزاحمی که مصرانه ســـاز خودشـــان را می‌زنند، ارزش صرف کردن این زمان را دارد. رَندی همچنین یک بار در میانه و یک بار هم در پایان کارش طرح اصلی داســـتان‌هایش را اصلاح می‌کند. شما هم آزادید برای نوشتن پیش‌نویس اولیه‌ی خود، هر وقت که دوست داشتید، طرح اصلی داستان را اصلاح کنید.

فصل ۱۹

ده دلیل رد شدن رمان‌ها

در این فصل

- هدف‌گذاری برای کتاب
- تقویت فن نویسندگی
- اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی

ناشـــران چندین دلیل برای رد یک کتاب دارند. گاهی کتاب، کتاب خوبی است اما زمان برای چاپ آن مناســب نیست. اگر در چنین شــرایطی قرار گرفتید، کاری از دست‌تان ســاخته نیست جز اینکه در طول مدتی که صبر می‌کنید تا زمان مناسب برای چاپ آن کتاب فرا برسد، کتاب دیگری بنویسید.

در ســایر موارد زمان برای چاپ مناسب اســت، اما کتاب مناسب نیست. شنیدن چنین چیزی بسیار بسیــــار سخت است. اما اگر در این شرایط قرار گرفتید، نباید به انفعال دچار شــوید و دست روی دست بگذارید و منتظر "زمان مناسبِ" سحرآمیزی بمانید که ممکن اســت هرگز فرا نرسد. باید ببینید مشکل چیســت، آن را رفع کنید و اثر اصلاح شده را به‌جای دیگری ارائه دهید.

اگر رمان‌تان چند بار رد شــده اســت، کمی به خودتان زمــان بدهید و بابت این قضیه ســوگواری کنید. این حال برای ما هم پیش آمده اســت. رد شدن حس مزخرفی است. اما کاملاً هم طبیعی اســت. جک لندن، پیش از آنکه بتواند اثری از آثارش را به فروش برساند، ۶۰۰ مرتبه نه شنید. جک خودش را جمع و جور کرد، راهی برای بهبود کارهایش یافت و راهش را ادامه داد و به یک نویسنده‌ی بسیــار عالی تبدیل شد.

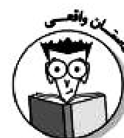
بیاییــد اول ببینیم چه کســی قدرت نه گفتن به شــما و رد کردن اثرتــان را دارد. اگر فصل ۱۷ را خوانده باشــید، می‌دانید که معمولاً قدم اول پیدا کردن نماینده است. اکثر نماینده‌های ادبی روزانه بین ده تا صدها درخواست همکاری دریافت می‌کنند و مجبورند اکثر آن‌ها را نپذیرند. وقتی موفق شــدید نماینده استخدام کنید، او کار شما را به دبیران انتخاب کتاب چند انتشارات ارائه می‌کند. کار این دبیران غربال کردن صدها پیش‌طرح، طرح پیشــنهادی و دست‌نوشته و رد کردن اکثر آن‌هاست. دبیران به‌ندرت یک پروژه را انتخاب می‌کنند و تصمیم به پشتیبانی از آن می‌گیرند و آن را به کمیته‌ی نشر می‌برند.

حرف آخر را کمیته می‌زند. کمیته هم ممکن اســت کار شــما را رد کند، اما اگر کارتان به مرحله‌ی بررسی توسط کمیته رســیده باشد، یعنی شانس خیلی خوبی برای ادامه‌ی راه دارید.

پشــت ســر هم گفتن واژه‌های "نماینده، دبیر انتخاب کتاب و کمیته‌ی نشر" اعصاب خردکن و بی‌ریخت است. به همین دلیل در طول این فصل به‌جای واژه‌ی دبیر انتخاب کتاب، صرفاً می‌گوییم "دبیر" و شــما می‌توانید ادامه‌ی عنوان شغلی او را در ذهن خود بیاورید. اکثر مردودی‌ها ســریع و به‌محض اینکه دبیر یک ایراد اساسی در کارتان پیدا کند، اتفاق می‌افتند. در این فصل به چند مورد از دلایل رایج رد شــدن رمان‌ها نگاهی می‌اندازیم. این دلایل بر اساس مدت زمان نسبی نه گفتن دبیر مرتب شده‌اند.



وقتــی دبیری کارتان را رد می‌کند، بادقت به حرف‌های او گوش دهید. بحث نکنید. او کارش را – پشــتیبانی از کتاب‌هایی که انتشــاراتِ صاحب‌کارش بتواند با فروش آن‌ها ســود کند – بلد است. اگر او باور نداشته باشد که ناشر می‌تواند کتاب شما را بفروشد، نمی‌تواند کاری برایتان بکند. بخش عمده‌ای از کار ناشــر این است که چشم‌هایش را ببندد و خطر کند و این در صورتی میسر خواهد بود که دبیر به کاری که می‌پذیرد ایمان زیادی داشته باشد.



پس خوب به حرف‌هایی که موقع رد شدن اثرتان زده می‌شود گوش دهید و ببینید چه دست‌گیرتان می‌شود. (در فصل ۱ داســتان فروش اولین رمان رَندی را تعریف کردیم. موفقیت بزرگ رَندی زمانی حاصل شــد که او فهمید باید رمان دیگری بنویسد و تمام نکاتی را که حین رد شدن کار قبلی‌اش از یکی از ناشران شنیده بود، در آن به‌کار بندد. در نهایت همان ناشر سه تا از رمان‌های رَندی را خرید.)

ژانر نامناسب



دبیران معمولاً با شنیدن ژانر یا گونه‌ی داستان خاص شما ممکن است سه نوع واکنش نشان دهند: عاشق آن باشند، حس خاصی به آن نداشته باشند، واقعاً از آن متنفر باشند. (در فصل ۳ درباره‌ی ژانرهای اصلی و فرعی داســتان برایتان صحبت کردیم.) بهترین شــانس موفقیت رمان شما، دبیری است که کاملاً، قطعاً و دیوانه‌وار عاشق ژانر داستانی شما باشد. یکی از اصلی‌ترین دلایل موفقیت رمان‌ها، اشتیاق دبیر پشتیبانِ آن‌هاست.

فــرض کنید با یک دبیر در همایش ادبی قرار ملاقات دارید. روبه‌روی هم می‌نشــینید و او از رمان‌تان می‌پرســد. شــما حرف‌هایتــان را با گفتن این نکته کــه رمان در ژانر عاشــقانه‌ی ماوراءالطبیعه نوشــته شــده آغاز می‌کنید. دبیر حرف‌تان را قطع می‌کند و می‌گوید: "شرمنده، اما رمان‌های عاشــقانه اصلاً راست کار من نیستند. من فقط روی

رمان‌های مهیج کار می‌کنم.» حالا چه باید بکنید؟

اول عذر بخواهید. شما با گذاشـــتن قرار ملاقات با دبیری که برایتان مناسب نبود، هم وقـــت او را گرفته‌اید و هم وقت خودتان را. باید تکالیف‌تان را بهتر انجام می‌دادید. حالا او ۱۵ دقیقه از زمانش را از دست داده است.

دوم، نظرش را بپرســـید. مثلاً بگویید: «ببخشید، اما حالا که ظاهراً این کتاب به‌کار شما نمی‌آید، شـــاید بتوانید به من بگویید چه کسی ممکن است از چنین داستانی خوش‌اش بیاید.» ممکن اســـت بگوید نه و این حق طبیعی اوســـت. اما با پرسیدن، چیزی از شما کم نمی‌شـــود. این امکان هم وجود دارد که بگوید بله و از شما بخواهد بیشتر درباره‌ی داستان‌تان توضیح دهید. اگر چنین شد، دقیقاً همان خطّ داستانی‌ای را به او بگویید که قبلاً برای این ملاقات آماده کرده بودید. با این تفاوت که در این شرایط او دیگر نگران این نیســـت که چطور باید دست رد به ســـینه‌تان بزند (چون قبلاً این کار را کرده)؛ او می‌تواند به‌عنوان یکی از حرفه‌ای‌های صنعت نشر، آزادانه شما را راهنمایی کند. اگر خطّ داستانی خوب باشد، ممکن است بگوید: «بَـــه! مثل اینکه داستان بدی هم ننوشته‌اید!» و شـــما را نزد یکی دو دبیر دیگر، که ممکن است به‌کارتان علاقه نشان دهند بفرستد. اگر هنوز نماینده‌ی ادبی نداشـــته باشید، او ممکن است شـــما را به نماینده‌ی مناسبی معرفی کند.

البته، حواس‌تان باشـــد که دفعه‌ی بعدی که با یـــک دبیر قرار می‌گذارید، تکالیف‌تان را به‌خوبی انجام دهید و کســـی را انتخاب کنید که ژانر داستان‌تان را دوست داشته باشد. اغلب همایش‌ها اعلام می‌کنند که دبیران و دست‌اندرکاران‌شـــان در چه ژانرهایی کار می‌کنند. اگر زحمتِ خواندن این اطلاعـــات را به خودتان ندهید، هم به خودتان ضربه می‌زنید و هم وقتِ دبیران و نمایندگانی را که با آن‌ها قرار می‌گذارید تلف می‌کنید.

نقص‌های فنی و نوشتار شُل و وِل

اولیـــن چیزی که دبیر می‌بیند معمولاً پیش‌طرح یا نامه‌ی معرفی‌ای اســـت که با طرح پیشـــنهادی می‌فرســـتید. اگر در این‌ها نقص فنی دیده شود یا نوشتارشان خوب نباشد، دبیر می‌داند که نیازی به دیدن بقیه‌ی مطالب ندارد. دبیر چنین درخواستی را فوراً مردود می‌کند و به سراغ پروژه‌ی بعدی می‌رود.

دومین چیزی که بســـیاری از دبیران می‌خوانند، نمونه فصل‌هاســـت. اگر نوشتار واقعاً فاجعه‌بار باشـــد، خواندن چند کلمه از آن برای دبیر کفایت می‌کند. اگر نوشـــتار کیفیتی متوســـط داشته باشد، خواندن یکی دو بند برای فهمیدن این امر کافی است. استفاده‌ی بیش از حد از قید، ضعف سبک نوشتار، ملال‌آور بودن گفت‌وگوها، یا ضعف در طراحی

کنش‌ها در یکی دو صفحه‌ی اول آشکار می‌شود. غریزه‌ی درک متن دبیران قوی است و آن‌ها با خواندن چند صفحه‌ی اول نمونه فصل‌ها می‌فهمند که جواب‌شان منفی خواهد بود.



نقش مهارت در منتشر شدن رمان‌ها غیرقابل انکار است. به خودتان لطفی بکنید و کارتان را تا جایی که می‌توانید به‌خوبی پرداخت کنید و بعد، پیش از ارسال آن برای دبیر، نظر کس دیگری را هم درباره‌اش جویا شوید. یکی از دلایل اصرار ما بر استخدام نماینده هم همین است. نماینده‌ی خوب پیش از ارسال اثر برای دبیران، از رو به راه بودن آن اطمینان حاصل می‌کند. البته خوب است پیش از ارسال اثرتان برای نماینده، از یک دوست نویسنده، یا یک ویراستار کارمزدی بخواهید نظرات و انتقاداتش را درباره‌ی آن بگوید.

مشخص نبودن مخاطب

طرح پیشنهادی‌ای که برای رمان‌تان می‌نویسید معمولاً مخاطبان مورد نظر آن را مشخص می‌کند. اگر این موضوع را در طرح پیشنهادی روشن نکنید، آنگاه دبیر ممکن است تصور کند که به آن فکر نکرده‌اید. پس این مسئولیت بر دوش او قرار می‌گیرد که ببیند چه جور آدم‌هایی ممکن است به کتاب شما علاقه نشان دهند. اگر او به این نتیجه برسد که تعداد علاقه‌مندان احتمالی کتاب شما آن‌قدری نیست که انتشار کتاب‌تان را توجیه کند، شما شانس‌تان را از دست می‌دهید.

اگر دبیری از مشخص نبودن مخاطب داستان‌تان ایراد گرفت، فصل ۳ را بخوانید. در فصل ۳ درباره‌ی شناسایی و تعریف مخاطبان داستان توضیح داده‌ایم. کمی وقت بگذارید و به این موضوع فکر کنید. نویسنده‌ی خوب بودن کافی نیست؛ شما باید نویسنده‌ی خوبی باشید که با خواننده‌ها ارتباط برقرار می‌کند. ناشر نه وظیفه دارد شما را راضی کند و نه قرار است کتابی را چاپ کند که قابل فروش نیست. ناشر می‌خواهد از یک همکاری تجاری با شما پول در بیاورد. اگر بتوانید به او نشان دهید که شما هم اهل معامله هستید – آن‌قدری که بتوانید مشتری‌های خودتان را به او معرفی کنید – آنگاه شانس همکاری با او را خواهید داشت.

بی‌مزه بودن دنیای داستانی

اگر زندگی شخصی‌تان خسته کننده باشد چه می‌کنید؟ اولین راه‌حل‌تان این است که بیشتر بیرون بروید (بیرون از خانه و از جریان روزمرگی)، یا اینکه به تعطیلات بروید. به بیان دیگر، در چنین شرایطی، شما محیط خود را عوض می‌کنید. دنیای داستانی رمان

شما، محیط زندگی شـــخصیت‌هایتان است. اگر دنیای داستانی بی‌مزه باشد، حوصله‌ی شخصیت‌ها و به تبع آن حوصله‌ی خواننده نیز، سر می‌رود. چه کار باید کرد؟ باید محیط آن‌ها را عوض کرد.

دو راه برای بهبود دنیای داستانی‌تان در اختیار دارید:

- **آن را بهتر بشناســـید:** شاید لازم باشد بیشـــتر تحقیق کنید. اگر زیر و بم دنیای داستانی خود را می‌شناسید، مجبورید بخش‌هایی از آن را که خیلی دوست دارید به خواننده هم نشان دهید. فصل ۶ راجع به تحقیق درباره‌ی دنیای داستانی رمان توضیح می‌دهد.
- **آن را بهتر نشـــان دهید:** اگر دنیای داستانی خود را به‌خوبی می‌شناسید، مشکل ممکن است این باشـــد که توصیفات شما از این دنیا به اندازه‌ی کافی چشمگیر نیستند. آیا به اندازه‌ی کافی به توصیف نپرداخته‌اید؟ اگر نه، بیشتر توصیف کنید. به اندازه‌ی کافی توصیف کرده‌اید؟ پس با نشان دادن دنیای داستان از دریچه‌ی نگاه شخصیت مُشـــرف به آن جانی تازه ببخشید و حین این کار روی عناصری تمرکز کنید که جرقه‌ی تجربه‌ی حســـی عمیقی را در خواننده ایجاد می‌کنند. در فصل‌های ۱۰ و ۱۵ توصیه‌های دقیقی را درباره‌ی گنجاندن مستقیم توصیف در بطن داستان پیدا خواهید کرد.

برای اطلاعات بیشـــتر درباره‌ی نحوه‌ی ساختن دنیای داســـتانی، فصل ۶ را بخوانید و تمرین‌های آن را انجام دهید.

ضعف خطّ داستانی

هر داستان خوبی را می‌توان در قالب یک *خطّ داستانی* خوب خلاصه کرد؛ خطّ داستانی طعمه‌ای تک‌جمله‌ای اســـت که خواننده را اســـیر می‌کند. (در فصل ۸ جزئیات بیشتری درباره‌ی خطّ داستانی خواهید یافت.)



دبیران همیشه به دنبال خط‌های داستانی خوب می‌گردند. دلیلش هم از این قرار است:

- **یک خطّ داستانی خوب نشان می‌دهد شما نویسنده‌ای حرفه‌ای هستید، نه یک تازه‌کار.** دبیران ترجیح می‌دهند با آدم‌های حرفه‌ای همکاری کنند.
- **اگر خطّ داستانی خوب باشد، دبیر می‌داند که می‌تواند آن را به کمیته‌ی نشر (و به تمام افراد حاضر در زنجیره‌ی فروش) بفروشد.** اما اگر خطّ داستانی بد باشد، دبیر باید وقت باارزش خود را صرف کمک به شما در خلق یک خطّ داستانی خوب کند.

✓ **اگر خطّ داستانی خوبی داشته باشید، احتمالاً فرایند نشر دست‌نوشته‌ای که ارائه کرده‌اید، روی غلتک خواهد افتاد.** در این صورت دست‌نوشته به ویرایش چندانی نیاز نخواهد داشت و دبیر آن را به‌عنوان "غیرقابل‌قبول" برایتان پس نخواهد فرستاد. هیچ دبیری دلش نمی‌خواهد به نویسنده بگوید که نسخه‌ی نهایی رمانی که قراردادش بسته شده غیرقابل‌قبول است؛ اما گاهی این حالت پیش می‌آید.

اگر خطّ داستانی‌تان ضعیف است، خوب درباره‌ی داستان خود فکر کنید. ببینید داستانی که نوشته‌اید اصلاً درباره‌ی چیست. تمرین‌های فصل ۸ را که برای نوشتن خطّ داستانی طراحی شده‌اند، انجام دهید. اگر به کمک نیاز دارید، از چند نفر از رفقای نویسنده‌تان کمک بگیرید. هر چند ماه یک بار زمانی را به تجدید نظر درباره‌ی خطّ داستانی اختصاص دهید. هرچقدر بیشتر درباره‌اش فکر کنید، داستان‌تان را بهتر درک خواهید کرد.

جالب و خاص نبودن شخصیت‌ها

بهترین راهِ به‌دست آوردن دلِ یک دبیر این است که شخصیتی منحصر به فرد، باورپذیر و جذاب را به او معرفی کنید. یادتان باشد که خواننده قرار است پول بدهد تا شانس سپری کردن چندین ساعت زمان را با شخصیت‌های داستان شما داشته باشد. خود شما هم به هیچ عنوان حاضر نیستید بابت معاشرت با آدم‌های بی‌نمک پول بدهید.

اگر دبیر به هر نحوی اشاره‌ای به جالب نبودن شخصیت‌های داستان‌تان کرد، بدانید که کمی توی زحمت افتاده‌اید:

✓ **مطمئن شوید که می‌دانید چه خصوصیاتی، شخصیتی را قوی می‌سازند.** شخصیت‌ها به پیشینه‌ی داستانی، ارزش، آرزو و اهداف داستانی نیاز دارند و نباید کلیشه‌ای باشند. (برای جزئیات بیشتر فصل‌های ۷ و ۱۲ را بخوانید.)

✓ **نظر یکی از دوستان نویسنده‌تان -یا نظر یک ویراستار کارمزدی - را جویا شوید.** این افراد چیزهایی را می‌بینند که از چشم شما دور مانده‌اند.

✓ **تک‌تک صحنه‌های رمان خود را مرور کنید تا اطمینان یابید که برای هر یک از آن‌ها یک شخصیت مُشرف تعریف کرده‌اید.** در ضمن اطمینان حاصل کنید که خواننده به‌راحتی می‌تواند تشخیص دهد شخصیت مُشرف کیست.

✓ **مطمئن شوید که خواننده را به‌خوبی در قلب و ذهن شخصیت(های) مُشرف قرار می‌دهید.** برای اطلاعات بیشتر، فصل ۱۰ را بخوانید.

نویسنده بیان شیوایی ندارد

بســیاری از دبیران و نماینــدگان اظهار می‌کنند که اولین چیــزی که در یک رمان به دنبالش می‌گردند، بیان شــیوای نویسنده است. بیان تعیین می‌کند که نوشتار شما چقدر منحصر به فرد و جالب اســت. ما در این کتاب خیلی درباره‌ی بیان حرف نزده‌ایم، زیرا اکثر نویســندگان در نهایت شخصاً بیانِ خاص خود را – بدون کمکِ کتاب یا مربی – پیدا می‌کنند.



چطــور باید بیان خاص خود را پیدا کنید؟ با نوشــتن؛ با زیاد نوشــتن؛ با خواندن؛ زیاد خواندن. زمان و تجربه دو عنصر مهم‌اند که در شکل گرفتن بیان شما تأثیر می‌گذارند. آیا درســت است که پیش از آنکه بیان‌تان کاملاً شــکل بگیرد، یک رمان بلند و کامل بنویسید؟ البته، بفرمایید! بیان فقط از طریق تمرین کردن شکل نمی‌گیرد. بیان از طریق نوشتن شکل می‌گیرد؛ نوشتن به معنای واقعی آن، بدون هیچ مانعی.

اگر از اینکه بیان‌تان هنوز به قدر کافی شــیوا نیست ناراحت هستید، به خودتان امیدوار شوید. این یعنی شما تمام مواد لازم برای خلق یک رمان خوب را آماده کرده‌اید (دنیای داســتانی، شــخصیت‌ها، پی‌رنگ و درون‌مایه‌ی خوب) و تنها چیزی که کم دارید آن جاذبه‌ی ســحرآمیزی است که شما را از تمام داستان‌نویس‌های دنیا متمایز می‌کند. اگر بنا باشــد که شما داستان‌نویس شــوید، آنگاه جاذبه‌ی سحرآمیز خود را هم پیدا خواهید کرد. فقط به نوشتن ادامه دهید تا موفق به فروش اثر (یا آثار) خود شوید. شاید موفقیت از آنچه که فکرش را می‌کنید نزدیک‌تر باشد.

قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ

وقتی به شما بگویند که پی‌رنگ داستان‌تان قابل پیش‌بینی است، باید دلیل بنیادین این مشکل را دقیقاً شناسایی کنید. قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ مثل علائم بیماری است و شما باید برای ناپدید شدن علائم، بیماری را درمان کنید. در زیر به رایج‌ترین علل قابل پیش‌بینی بودن پی‌رنگ اشاره کرده‌ایم:

✓ **تحقیقات ضعیف:** اگر به اندازه‌ی کافی روی دنیای داستانی تحقیق نکرده باشید، آن وقــت به چیزهایی که "همه می‌دانند" تکیه خواهید کرد و این چیزها معمولاً حاصل هزاران ســاعت تماشای تلویزیون اســت. تلویزیون هم ابزار خوبی برای شناختن پلیس‌ها، پزشکان، دانشمندان، کشیشان، یا اصلاً هر چیز دیگری نیست. تلویزیون شهر کلیشه‌هاســت. می‌پرسید چاره چیست؟ بیشــتر درباره‌ی دنیای داســتانی خود تحقیق کنید. آن‌قدر یاد بگیرید که دیگر لازم نباشــد از گره‌های داســتانی بدیهی‌ای که در تلویزیون دیده‌اید استفاده کنید. مطمئن باشید که فکر

تازه‌ای به ذهن‌تان خطور خواهد کرد.

- ✓ **ارزش‌های ضعیف شـــخصیت‌ها:** وقتی ارزش‌های بنیادین شخصیت شما با هم ناسازگار باشند، او غیرقابل‌پیش‌بینی خواهد بود. (ارزش، حقیقتی درونی درباره‌ی این جهان است که شـــخصیت آن را باور دارد.) اگر شخصیت‌های داستان قابل پیش‌بینی باشـــند، می‌توانید با ایجاد ناســـازگاری در میان ارزش‌هایشان و سوق دادن آن‌ها به‌ســـمت دوراهی‌های اخلاقی، مشـــکل را حل کنید. در این صورت آن‌ها تصمیماتی می‌گیرند که خواننده انتظارش را نداشـــته است، زیرا خود شما هم انتظار چنین تصمیماتی را نداشـــته‌اید. در چنین حالتی شـــخصیت‌ها طوری رفتار می‌کنند که انگار از خودشـــان عقل و شـــعور دارند. شـــک نکنید. بگذارید کارشـــان را بکنند و غافلگیر شوید. (در فصل ۷ درباره‌ی ارزش‌های شخصیت‌ها حرف زده‌ایم.)
- ✓ **ضعف در پس‌رفت‌های صحنه‌ها:** وقتی شخصیت به بن‌بست می‌رسد، ناخودآگاه ســـر دوراهی قـــرار می‌گیرد. این دوراهـــی باید یک دوراهـــی واقعی و عاری از گزینه‌های خوب باشـــد. اگر گزینه‌ی خوبی پیش پای شـــخصیت بگذارید، او و خواننده، هر دو متوجه آن خواهند شـــد (که احتمالاً خواننده قبل از شـــخصیت متوجه می‌شود). برای حل این مشکل، پس‌رفت‌ها و شکست‌ها را وخیم‌تر کنید. شـــخصیت را بیشتر در تنگنا قرار دهید. گزینه‌هایش را محدود کنید. (در فصل ۹ بیشتر درباره‌ی پس‌رفت‌ها صحبت کرده‌ایم.)

سنگین بودن درون‌مایه

هیچ‌کس دوست ندارد رمانی را بخواند که مثل موعظه است. وقتی رمانی که می‌خوانید صرفاً درون‌مایه‌ای باشـــد که تکه‌تکه و به زور به داســـتان خورانده شده است، احساس بچه‌ای را خواهید داشـــت که مجبور شـــده جمعه به مدرســـه بـــرود. خواننده موعظه نمی‌خواهد. به همین دلیل هم، ناشر از خریدن رمان‌های موعظه‌وار سر باز می‌زند.

اگر درون‌مایه‌ی داســـتان شما بر دیگر عناصر داســـتانی‌تان چیره شده است، باید خیلی جدی درباره‌ی داســـتان تجدیـــد نظر کنید. فصل ۱۱ را بخوانیـــد؛ این فصل اطلاعات بیشـــتری درباره‌ی ماهیـــت درون‌مایه و چگونگی ظهور طبیعی آن از دل داســـتان در اختیارتان می‌گذارد. سپس کارهای زیر را انجام دهید:

۱.هر شخصیت را تحلیل کنید؛ با تمرکز خاص روی ارزش‌ها، آرزوها و اهداف او (فصل ۱۲ ابزارهایی را معرفی می‌کند که در این کار به دردتان می‌خورند).

آیا این ویژگی‌ها طوری طرح‌ریزی شـــده‌اند که به‌طور خاص درون‌مایه‌ی رمان شـــما را متجلی ســـازند؟ اگر این‌طور اســـت، آن‌ها را تغییر دهید. کار را با دادن

ارزش‌های متناقض به شـــخصیت‌ها آغاز کنید. معمولاً این آسان‌ترین راه تبدیل یک شخصیت تک‌بُعدی و مسطح به شخصیتی زنده و پویاست. سپس ببینید آیا می‌توانید بعضی از آرزوها و اهداف داســـتانی شخصیت‌ها را تغییر دهید تا آن‌ها به‌شکلی بدیهی به درون‌مایه وصل نباشند یا خیر.

۲.هر صحنه را طوری بازنویســـی کنید که برتابنده‌ی شـــخصیت‌های اصلاح شده‌تان باشد.

این کار ممکن اســـت از کنترل شـــما خارج شود و باعث شود حس کنید داستان دارد از دست‌تان درمی‌رود. چه خوب! دیگر وقتش شده بود. اینکه در تمام مدتی که داستان را می‌نوشتید افسار آن را در دست خود گرفته بودید، نشان می‌دهد که شـــخصیت‌ها کنترلی روی داستان نداشته‌اند. باید به آن‌ها میدان بدهید و ببینید شما را به کجا می‌برند. اگر آن‌ها آدم‌های زنده و سالم و صادقی باشند، خودشان هم، مثل شـــما، علاقه‌ی چندانی به درون‌مایه‌ی داستان نخواهند داشت. چنین آدم‌هایـــی بیش از حد درگیر پیدا کردن راهی برای رســـیدن به آرزوها و اهداف خودشان هستند.

ناتوانی کتاب در اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی



داستان‌نویسی یعنی تلاش برای اعطای یک تجربه‌ی حسی قوی به خواننده؛ شما این کار را به این ترتیب انجام می‌دهید: ابتدا چنین تجربه‌ای را از زاویه‌ی دید شخصیت مُشرف نشـــان می‌دهید و ســـپس به خواننده تلقین می‌کنید که او خودِ شخصیت مُشرف است.

راه‌حل چیســـت؟ بستگی به دلیل به‌وجود آمدن این مشـــکل دارد. این‌ها محتمل‌ترین دلایل چنین ایرادی هستند:

- ✓ **مخاطره‌آمیزی اندک:** اگر شـــخصیت شما چندان به مخاطره نیفتاده باشد، سطح حسی داستان پایین خواهد بود. درصد مخاطره‌آمیزی سؤال داستانی را بالا ببرید تا ناگهان شـــخصیت‌ها داســـتانی را که در آن قرار دارند جـــدی بگیرند. در این صورت خواننده هم با آن‌ها همراه می‌شـــود. در فصـــل ۶ درباره‌ی پیش‌زمینه و سؤال داستانی توضیح داده‌ایم. این فصل را بخوانید تا اطلاعات بیشتری درباره‌ی افزایش مخاطرات داستان کسب کنید. ســـؤال داستانی چقدر برای شخصیت‌ها اهمیت دارد؟ این سؤال برای چند نفر از شخصیت‌ها مهم است؟
- ✓ **شخصیت‌های بی رنگ و بو:** یک شخصیت تنها زمانی می‌تواند تجربه‌ی احساسیِ قوی‌ای ارائه کند که واقعی باشـــد. این بدان معناست که او به ارزش‌ها، آرزوهاِ و اهداف داســـتانی خاص خودش نیاز دارد-خودش نه شـــما. اگر شما دارید او را

طوری پرداخت می‌کنید که فقط جایی در طرح کلی داستان داشته باشد تا به این وسیله قصه به ترتیبی که می‌خواهید پیش برود، به بی‌مزگیِ غذایی بی‌نمک خواهد شد. فصل‌های ۷ و ۱۲ را از نظر بگذرانید تا بتوانید در کالَبدِ شخصیت‌تان روح بدمید.

✓ **گفتن و نشان ندادن:** وقتی شما برای خواننده‌تان از تجربه‌ای حسی صحبت می‌کنید، خواننده‌تان این حس را تجربه نمی‌کند. شما باید آن تجربه‌ی حسی را به او نشان دهید. همان‌طور که در فصل‌های ۱۰ و ۱۵ گفتیم، در این مورد هیچ چیز بهتر از ترکیب کردن کنش، گفت‌وگو، تک‌گویی‌های درونی، احساسات درونی و توصیف نیست.